

revista

PRO

humana

ISSN 0718-1396
Revista trimestral / Año 8 / N°29
Marzo 2007

29

Un nuevo concepto: Responsabiliz**ARTE**

FOTOGRAFÍA: CARLA SCHEGGIA

8

Mirada Sociedad Civil

Roberto Edwards, presidente Fundación América: "Pa' que veai!" como se puede crear

18

Mirada Sociedad Civil

Cecilia Millán, representante de Oxfam Internacional: Fotografiando una justicia "IN"

25

Perspectivas

Paula Ubilla, fotógrafa: Cuerpos sin tapaduras: Fototerapia



índice



06

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN CIFRAS

08

MIRADA SOCIEDAD CIVIL

ROBERTO EDWARDS, PRESIDENTE FUNDACIÓN AMÉRICA:
"PA' QUE VEAI!" COMO SE PUEDE CREAR

12

PERSPECTIVAS

DAVID ALBALA, DIRECTOR DOCUMENTAL
"PERSPECPEJIA": DESDE LA SILLA DEL PROPIO DIRECTOR

16

ARTICULO CENTRAL

ARTE Y RESPONSABILIDAD SOCIAL ¿Y POR QUÉ NO?

18

MIRADA SOCIEDAD CIVIL

CECILIA MILLÁN, REPRESENTANTE DE OXFAM
INTERNACIONAL: FOTOGRAFIANDO UNA JUSTICIA "IN"

22

PERSPECTIVAS

CARLOS JARPA, ARTISTA: HABITAR EN 12 METROS
CUADRADOS

25

PERSPECTIVAS

PAULA UBILLA, FOTÓGRAFA: CUERPOS SIN TAPADURAS:
FOTOTERAPIA

Gracias por su apoyo a
Revista PROhumana y
Anuestra labor. Los invitamos a seguir
Colaborando con esta
Interante iniciativa, y
Apoyarnos en el trabajo de alcanzar una
Sociedad más responsable y humana.

* Si desea respaldar nuestro trabajo ingrese a www.prohumana.cl,
o diríjase a la página número 4 de esta edición.



editorial 29

Fundación PROhumana, en la búsqueda de generar innovadores conocimientos respecto a la Responsabilidad Social, y profundizando sobre la misma, les presenta este nuevo número de Revista PROhumana, en donde les planteamos un creativo e innovador concepto: ResponsabilizarTE.

En la actualidad, el acceso a las diferentes expresiones culturales se ha masificado ampliamente, por lo cual los ciudadanos se han ido familiarizando con iniciativas artísticas de diversa índole.

En este contexto, se puede reconocer que la capacidad comunicativa, sensibilizadora y transformadora que posee el arte es sumamente potente, por lo cual, gracias a este mayor acceso a expresiones culturales, estamos bombardeados de diversos mensajes con variados contenidos.

Teniendo en cuenta esta particularidad, las expresiones artísticas pueden ser un excelente vehículo para sensibilizar y hacer tomar conciencia a la población sobre ciertas necesidades sociales no resueltas.

Así, la Responsabilidad Social y el arte se conjugan para dar vida a proyectos e iniciativas culturales que pueden concienciar a la población respecto de temas que antes no habían logrado incorporar.

En este sentido, esta asociación puede encontrar gran asidero en el mundo empresarial, puesto que el aporte a la cultura que los privados realizan es fundamental, y claramente si adoptan esta nueva modalidad el impacto sería doble,

puesto que no sólo estarían entregando un gran respaldo a las artes nacionales, sino que también estarían generando un impacto considerable en la sociedad, respecto de necesidades sociales no resueltas.

Sin embargo, las empresas deben comprender que las artes pueden encausar mensajes de alto contenido a toda la sociedad, y que por lo mismo el involucramiento con el proyecto es esencial para cumplir objetivos específicos como la superación de la pobreza, la inclusión social, entre otros.

Revista PROhumana N° 29, a través de cinco interesantes iniciativas, pretende dar a conocer este nuevo concepto: ResponsabilizarTE, donde el principal ente difusor es el arte, quien logra sensibilizar y educar en Responsabilidad Social.

Como primer entrevistado, tenemos a Roberto Edwards, presidente de Fundación América, quien nos dará a conocer la relación existente entre la exposición "Pa que veai" y la Responsabilidad Social, haciendo hincapié en el alto impacto alcanzado por esta iniciativa.

Por otra parte, David Albala, director y productor ejecutivo del documental y programa de televisión "Perspecplejia", nos relatará su experiencia audiovisual, combinando el tema de la Responsabilidad Social y la discriminación que hay en Chile para con las personas con alguna discapacidad física o sensorial.

También, Paula Ubilla, fotógrafa, y Carlos Jarpa, artista plástico, desde sus propias creaciones, nos

relatarán cómo llegaron a vincular su trabajo artístico con necesidades sociales no resueltas.

Además, Cecilia Millán, representante de Oxfam Internacional en Chile, a través de una atractiva entrevista, revelará cómo ha sido la experiencia de la campaña titulada "Comercio con Justicia", y cómo se ha ido desarrollando ésta en el tiempo.

Finalmente, en el artículo central de Revista PROhumana N° 29, presentamos una reflexión de nuestra organización respecto del vínculo existente entre la Responsabilidad Social y el arte, donde principalmente se plantea que "El arte permite abordar las necesidades sociales no cubiertas desde una perspectiva más imaginaria, y por sobre todo, desde la comprensión que un individuo puede hacer desde la emocionalidad y la racionalidad, donde todas aquellas necesidades sociales "pendientes" y que la ciudadanía no ha incorporado en su preocupación personal, pueden ser tratadas desde una subjetividad enriquecedora y portadora de un mensaje excepcional".

De esta forma, el arte y la Responsabilidad Social se unen en esta nueva versión de Revista PROhumana a través del concepto ResponsabilizarTE, a través del cual nace un nuevo paradigma entorno a la RS, que ciertamente tendrá grandes repercusiones.

UNA NUEVA FORMA DE COOPERAR: VOLUNTARIOS DE REVISTA PROhumana

Edición: Colomba Muñoz Dahm

Donaciones fotográficas: Carla Scheggia, Fundación PROhumana, Soledad Teixidó, Fundación América, David Albala, Oxfam, Paula Ubilla y Carlos Jarpa.

Registro de propiedad intelectual N° 112.700

Todos los derechos de esta revista están reservados, aunque se estimula la reproducción total o parcial de este número siempre y cuando se cita la fuente.

DIRECTORA: Soledad Teixidó
REPRESENTANTE LEGAL: Soledad Teixidó
EDITOR GENERAL: Carla Scheggia
Simunovic / **CONSEJO:** Laura Novoa, Jorge Osorio, Carlos Gajardo, Antonio Elizalde, Margarita María Errázuriz, Pedro Güell, George Anastassiou, Libardo Buitrago
COLABORACIONES: Cecilia Urquieta, Rodrigo Teixidó / **DISEÑO, PRODUCCIÓN Y DIAGRAMACIÓN:** Marcela Broglio
IMPRESIÓN: Fyrma Gráfica / **DIRECCIÓN DE LA REVISTA:** Román Díaz 205, of. 601, Providencia, Santiago, Chile.

revista

PRO
humana



es tan simple!

Gracias a su interés nuestra revista se ha convertido en uno de los medios más destacados en el campo de la responsabilidad social en Chile y queremos seguir creciendo. Para ello necesitamos aumentar el número de colaboradores y usted es fundamental. Lo invitamos a participar completando la ficha adjunta, eligiendo el tipo de colaboración e integrando a quienes se interesen en la responsabilidad social empresarial y ciudadana.

Muchas gracias.
Equipo Fundación PROhumana



COMPLETE SUS DATOS EN ESTA FICHA

Nombre y apellido:

Nombre de la Organización o Empresa:

Cargo: RUT de la persona o institución colaboradora:

Dirección postal: Comuna:

Ciudad: Teléfono: E-mail:

Actividad o Profesión: Edad:

Pasatiempos:

Tipo de colaboración (por favor marcar sólo 1 opción):

personal institucional

Tiene inconvenientes en aparecer como colaborador de la revista

Sí No

1. PROMOCIÓN PARA ORGANIZACIONES

2 revistas
por cada
edición trimestral
\$20.000

4 revistas
por cada
edición trimestral
\$40.000

6 revistas
por cada
edición trimestral
\$60.000

2. COLABORACIÓN ANUAL (incluye 4 ediciones)

Por favor, marque sólo una alternativa:

\$ 12.000 \$ 16.000 \$ 22.000
Más: \$

3. PROMOCIÓN REGALE A UN AMIGO

Regale una colaboración a un amigo:

\$ 12.000 \$ 16.000 \$ 22.000

Más: \$

Complete los datos de su amigo:

Nombre de la persona:

Dirección:

Teléfono:

- Depositar la donación en: cta. cte. **000-35775-08** Banco de Chile de **Fundación PROhumana**
- Enviar ficha junto a la boleta de depósito al fax (56-2)**236 3107**. Consultas: (56-2)**236 4390**.

Llene sus datos en la ficha, en la parte superior de esta página





FOTOGRAFÍA: CARLA SCHEGGIA



colaboradores

A continuación, el listado de nuestros colaboradores*:

Nombre

ANTAR Chile
 Biblioteca Cepal
 Carlos Gajardo Roberts
 Cía. Minera Zaldivar
 Córpora Tres Montes
 Corporación Simón de Cirene
 Fundación Gabriel y Mary Mustakis
 Gloria Oehninger G.
 ISJ Gestión Empresarial
 Ivo Breskovic Vivar
 Jorge Awad Mehech
 María Isable Muñoz Antonin
 Peter Lüscher Leuenberger
 Plaza Oeste S.A.
 Presidencia de la República
 Proyecsus
 S.A.C.I. Falabella
 Santiago Teixidó
 SCL Terminal Aéreo
 Servicio Salud Ñuble
 Sistemas Oracle

(*) Algunos nombres han sido omitidos debido a que se nos pidió reserva.

Auspician:

Agradecemos a las siguientes 5 empresas por su apoyo permanente, el cual ayuda a la sustentabilidad de esta iniciativa:



RS en cifras

Venezuela y la comprensión de la RSE ⁽¹⁾

- Una de cada tres personas recuerda alguna actividad de RSE, y entre las más nombradas, resaltan las áreas de **educación y salud**.
- El **90% piensa que la RSE** son las acciones que hacen las empresas a las instituciones **que apoyan a los más necesitados**, el 74% afirma que la RSE se da cuando una empresa ayuda a solucionar los problemas que aquejan a la comunidad, y el 61% opina que la RSE es el trabajo de todos los miembros y empleados de una empresa, por la comunidad.

Empresas destacadas en Perú ⁽²⁾

Esta encuesta anual arrojó que la empresa **Telefónica Perú** es la compañía que más sobresale por su labor de responsabilidad social en beneficio de los sectores menos favorecidos del país, mientras que la **cervecera multinacional AmBev**, dueña de la marca Brahma, obtuvo el premio como empresa modelo 2006, entregado por la Revista Exame de Brasil.

RSE y EEUU ⁽³⁾

- Las personas que participaron de esta encuesta reconocen que las
- empresas están haciendo un gran progreso, pero admiten que **falta un largo camino** para alcanzar las expectativas que tienen de ella como ciudadanas corporativas.
- Las empresas más reconocidas fueron Ben & Jerry's, Target, Patagonia, SC Johnson y Gerber.
- La forma de premiar a las compañías responsables, según los norteamericanos, es por medio de la **recomendación de los productos y servicios a amigos**, familiares, compañeros de trabajo y vecinos; mejorando el respeto y la opinión que tienen de las compañías; probando por primera vez los productos o servicios de una empresa que es buen ciudadano corporativo; entre otros.

- Los medios de comunicación que los encuestados más valoran para enterarse sobre qué están haciendo las empresas en ciudadanía corporativa son: **el boca a boca**; por medio de **personas involucradas en un tema** o causa, donde recibieron ayuda directa de una empresa; diarios y sitios Web; televisión; entre otros.

Inversión socialmente responsable en España ⁽⁴⁾

- La inversión socialmente responsable se encuentra sumida en una crisis que afecta **tanto a la oferta como a la demanda**, y que ha impedido el despegue de los productos financieros que apuestan por carteras compuestas por empresas socialmente responsables.
- El patrimonio invertido en fondos socialmente responsables en el año 2005 es **siete veces mayor en el Reino Unido que en España**, y el patrimonio invertido en Italia es 2.5 veces mayor que en España y en Bélgica.

Percepción: Consumidores responsables en España ⁽⁵⁾

- Más del **55%** de los españoles elegiría marcas responsables **incluso si el precio del producto fuera mayor**.
- El **40%** sólo compraría esos productos si el precio fuera **igual**.
- La mayoría de los entrevistados declara **no disponer de suficiente información** para realizar las compras de forma responsable, sin embargo, es pequeño el porcentaje que reconoce buscar este tipo de información de forma activa.

Reino Unido y Reportes de Sustentabilidad ⁽⁶⁾

- El 36% de los gerentes y directivos de empresas, encuestados, cree que la información que reportan las compañías sobre **aspectos sociales**, medioambientales y de Gobierno, **cubre los prin-**

(1) Investigación realizada por la Consultora Datos I.R, 2006 <http://www.datosir.com/>

(2) VIII encuesta anual a líderes empresariales 2006 (Octubre-Noviembre), desarrollada por la Universidad de Lima. <http://blog.pucp.edu.pe/item/6672>

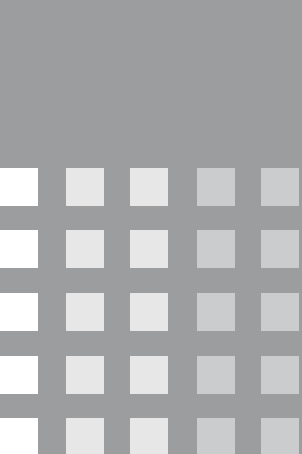
(3) Índice de Ciudadanía Corporativa de GolinHarris. <http://www.comunicarseweb.com.ar/novedades/mundo-06/que.html>

(4) Estudio realizado por el Observatorio de la inversión socialmente responsable, en España, de la escuela de negocios Esade. www.esade.es

(5) Encuesta de la Confederación Española de Consumidores y Usuarios, CECU. <http://www.cecua.es/>

(6) Investigación realizada por Lloyds Register Quality Assurance, LRQA. www.lrqa.com





Sin duda la Responsabilidad Social Empresarial, a nivel mundial, se desarrolla cada vez con mayor fuerza y riqueza, esto debido a sus prácticas y también a la imponente visión de desarrollo que posee. En este contexto, hoy podemos observar cómo la RSE se convierte en un patrón de conducta más que en una tendencia, conquistando cada día más adeptos y cambiando la forma de hacer negocios.

Principales riesgos que afronta una empresa.

- El 68% de las empresas del Reino Unido cree que la información es exacta y precisa.
- El **54%** cree que llevan adelante **procesos rigurosos** para decidir qué información se publica en los reportes.
- El 64% de las empresas encuestadas asegura que publica aspectos **positivos y negativos** en los reportes, de igual cantidad, mientras que el 32% acuerda en que en este momento los reportes cubren demasiados aspectos.

Valores corporativos ⁽⁷⁾

- **La innovación, el medioambiente y la calidad**, son los valores corporativos que más destacan en las empresas españolas.
- En India y Finlandia la **satisfacción al cliente** ocupa el primer lugar con un 47% y 52% respectivamente.

La RSE en los Bancos Italianos ⁽⁸⁾

- El 80% de los bancos italianos **publica balances sociales**, y el **75%** distribuye sus fondos ayudando a distintas causas.
- Respecto de la posición de los bancos frente a la industria armamentista, algunos están reconsiderando su postura frente a este sector, otros se han alejado de él, y otros apoyan operaciones que apuntan a defender al país o a proteger la seguridad de los ciudadanos.

La RSE y la reputación de las empresas ⁽⁹⁾

- El 79% de los altos ejecutivos entrevistados, de **empresas mundiales**, cree que las compañías con una **fuerte RSE** se **recuperan más rápido de la crisis** que aquellas que tienen

una responsabilidad social más débil.

- El 55% respondió que el factor que permite **construir la reputación de una empresa**, es el reconocimiento por estar **comprometido con la RSE**.

2050: Un año crítico para el mundo ⁽¹⁰⁾

Para el año **2050 la humanidad se quedará sin recursos naturales**, puesto que las personas en la actualidad, están devastando la naturaleza a una velocidad sin precedentes y se necesitará del valor de los recursos naturales de dos planetas para solventarse. La humanidad comenzó a sobrepasar los recursos naturales en los años 80, y se multiplicó por tres entre los años 1961 y 2003.

RSE y las empresas Latinoamericanas ⁽¹¹⁾

La RSE ha cobrado mayor importancia y ha mostrado beneficiar a las empresas de toda la región; esto se refleja en el hecho de que nueve de cada diez ejecutivos señalaron que la RSE se ha vuelto **más importante para sus compañías** en comparación con su relevancia tres años atrás.

España y el medio ambiente ⁽¹²⁾

- El **81%** de los españoles afirma tener una **actitud respetuosa** con el medio ambiente, dentro de la oficina.
- En las oficinas se ahorra cada vez más papel al leer, y los trabajadores de cada sector, están cada vez **más concienciados de la importancia del ahorro energético** y el apagado de los aparatos y luces que no están usando en el momento".

(7) Estudio realizado por la agencia de relaciones públicas "Marco de Comunicación" y las agencias ECCO, en diez países europeos, India y Estados Unidos. www.marcodecomunicacion.com


(8) Estudio realizado por Forum RSE en Italia. www.empresa.org

(9) Investigación realizada por realizada por Weber Shandwick Safeguarding Reputation junto con KRC Research. <http://www.krcresearch.com/>

(10) Información anunciada por el Fondo Mundial para la Naturaleza, WWF. <http://www.wwf.es/>

(11) Encuesta realizada por el Economist Intelligence Group <http://www.economistgroup.com/AboutTheGroup/eiu.html>

(12) Informe de Greenpeace <http://www.greenpeace.org/espana/>

A black and white portrait of Roberto Edwards, an older man with a white beard and glasses, wearing a dark t-shirt. He is looking slightly to the right of the camera. The background is dark with some foliage visible on the right side.

“Lo que deseábamos es que el espectador pudiera ponerse en los zapatos del otro, pudiera conocer su realidad, pero no por lástima, sino que desde la perspectiva de tratar de entenderlo, y a través de la comprensión, ser capaces de ayudarnos mutuamente”.



ROBERTO EDWARDS
Presidente Fundación América

**“Pa’ que veai!” como
se puede crear**



FOTOGRAFÍA: FUNDACIÓN América



FOTOGRAFÍA: FUNDACIÓN PROhumana

Roberto Edwards, presidente de Fundación América, se encuentra a la cabeza de esta institución, que a grandes rasgos, impulsa diversas iniciativas para incentivar el desarrollo de una cultura que valore la diversidad, a través del arte y la misma cultura. Así, Roberto ha debido comandar diversos proyectos relacionados con alguna necesidad social no resuelta, generando altos impactos en la sociedad. Uno de los proyectos más emblemáticos fue la exposición "Pa' que veai!", en la cual se invitó a más de 30 personas invidentes ha experimentar en las artes visuales. "En esa ocasión decidimos trabajar con personas con discapacidad visual, sin embargo lo hacemos con muchos grupos de personas discriminadas, con cualquier grupo humano que de alguna manera produce cierto "temor" o distancia en la población", comenta Edwards. Además y respecto al trabajo de la misma organización, el entrevistado afirma que "la integración social la trabajamos haciendo talleres donde juntamos personas diferentes, gente de todas las edades que les guste la pintura, escultura, escritura, poesía, entre otros; entonces tratamos de que se reúnan y hacemos muchas cosas con ellos, con el fin apoyarlos en el proceso de creación, y eso fue lo que hicimos con la iniciativa "Pa' que veai!"".

Según su visión ¿Cuál es la opinión que tiene la sociedad chilena respecto de las personas con discapacidad visual?

Creo que la realidad es la misma en todas partes del mundo; existe una especie de "temor" al desconocimiento, y esto es porque somos especialmente cuidadosos en mirar para otro lado; por ejemplo cuando una persona ve a un invidente caminando por la calle, aunque éste se encuentre en dificultad, generalmente la persona se hace la "lesa", cuando en verdad debería intervenir. Yo no creo que hayan realidades especiales en ningún país, lo que hay son temas naturales de ciertos sectores geográficos que están más acostumbrados, por ejemplo, al frío o al calor, a una cosa o a la otra. En este contexto, diría que en Chile somos más miedosos a decir lo que pensamos y a comprometernos, pero son costumbres más bien zonales, pero en el fondo el ser humano creo que vibra y se emociona con las mismas cosas, por lo tanto los prejuicios son cosas universales, parte del ser humano.

En este contexto ¿Qué le faltaría a la sociedad chilena para integrar a las personas con discapacidad visual?

Es fundamental que existan ejercicios para conocerse y darse a conocer, que se de un

Más de cien mil personas ya tuvieron la posibilidad de experimentar, reflexionar y visitar la muestra "Pa' que veai!", la cual desde el año 2002, se ha presentado en diversas regiones de Chile, llevando el arte y la realidad de las personas con discapacidad visual, por todo el territorio.

“En esa ocasión decidimos trabajar con personas con discapacidad visual, sin embargo lo hacemos con muchos grupos de personas discriminadas, con cualquier grupo humano que de alguna manera produce cierto “temor” o distancia en la población”.

intercambio, porque en nuestras actividades no he visto a ninguna persona que salga indiferente de ellas, entonces deberíamos involucrar en nuestra educación más experiencias interactivas, con lo cual creo que mejoraríamos como seres humanos, y así le perderíamos un poco el miedo al otro.

¿Se refiere a experiencias como “Pa’ que veai!”?

Exacto, porque esa iniciativa permite valorar a la persona con discapacidad visual y perder los prejuicios. Lo que se buscó con “Pa’ que veai!” fue que la gente se pusiera a pensar, reflexionar que alguien no vidente puede hacer diversos trabajos, como por ejemplo catar vino, de verdad sería un súper catador, porque al no ver no hace la trampa de la etiqueta, ni del color ni de nada, y además que toda persona que tiene ausencia de un sentido tiene más fuerza en los sentidos restantes, por lo tanto se le pueden entregar oportunidades reales.

Y según su opinión ¿Ese mensaje se traspasó al espectador?

Creo que está empezando a llegar, y lo noto porque las mismas personas con discapacidad visual, que participaron de la muestra, me cuentan que les han ofrecido trabajos. Además, porque la exposición se paseó por varias regiones de Chile, entonces mucha gente tuvo la posibilidad de verla, participar y sensibilizarse con ella. En general, las personas se emocionaron harto, y a través de la exhibición paralela, titulada “Cuatro sentidos”, muchos espectadores pudieron ponerse en los zapatos de una persona invidente.

¿Podría contarnos un poco más de esa iniciativa?

Dentro de la misma exposición del “Pa’ que veai!” había una sala totalmente oscura, donde cada persona que entraba podía tocar, oler, oír y comer diferentes cosas. Todo eso en la oscuridad, y los guías dentro de la sala eran personas no videntes; y ahí están las reacciones que te contaba antes, de emoción. En general creo que fue súper bien recibida, aunque al principio la gente tenía susto, pero al rato podías notar que estaban más cómodos, que se sintieron bien.

¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social?

La Responsabilidad Social como descripción no me gusta, porque es como una imposición y las cosas no deben ser por obligación, tienen que ser porque a uno le nacen, entonces la sensibilidad de entender al otro es algo que debería fomentarse para que sea natural en las personas desde pequeñas, y no como algo impuesto. Pero más allá de la descripción, creo que la Responsabilidad Social es indispensable para entenderse en este mundo, para sentirse participe y absolutamente indispensable.

Según su opinión ¿La Responsabilidad Social puede ser un aporte para terminar con las discriminaciones que existen dentro de nuestra sociedad?

Según mi parecer faltan oportunidades para pensar y reflexionar entorno a la Responsabilidad Social. La vida es tan apurada y uno está en tantas cosas a la vez que no hay tiempo para pensar. Lo que falta es que dentro de la educación familiar, en el colegio, y en general en todos los lugares, se estimule la Responsabilidad Social, y así está andar por sí sola, y claramente será un aporte para todos.

¿Y de qué forma la muestra “Pa’ que veai!” se relaciona con la Responsabilidad Social?

Un poco bajo el mismo fin, bajo los mismos objetivos, porque la Responsabilidad Social es de todos los seres humanos, no solamente de determinados grupos o de las empresas, entonces de esa manera la exposición se relaciona con esto.

Según su opinión ¿Cree que expresiones artísticas como “Pa’ que veai!” pueden ser un aporte para la Responsabilidad Social Empresarial?

Creo que sí, porque por ejemplo en todos estos talleres que nosotros hacemos, el objetivo no es producir arte, tampoco que estemos viendo cómo vamos a descubrir nuevos valores en el arte, sino que las expresiones artísticas simplemente son la excusa para juntar personas diversas, entonces creo que la RSE podría ser un espacio más para reunir a individuos diversos y compartir.

Actualmente y en general, la relación que la empresa tiene con las expresiones culturales es de donación más que de involucramiento ¿Qué habría que hacer para cambiar esa visión?

Este es un tema muy importante y que requiere de un proceso largo. Por ejemplo, nosotros tenemos un grupo en el cual pensamos ideas creativas, experiencias como “Pa’ que veai!”, con el objetivo de llevárselas a empresas, que de alguna manera quieran involucrarse para desarrollar esa iniciativa. En la medida que se puedan crear programas que son de baja inversión, pero de impacto más o menos fuerte, creo que esto va a ser muy acogido por las empresas

y se formará una bola de nieve entorno a esto, donde se involucrarán más.

En los zapatos del otro

Roberto Edwards es enfático en expresar que en general, las personas con discapacidad tienen un acceso más restringido al desarrollo artístico, debido a que la mayoría de la gente presupone que este grupo posee grandes limitaciones. En este sentido, la exposición "Pa' que veai!" logró romper este mito, dejando en claro la capacidad de creación que los participantes demostraron poseer. En este contexto, a través de la siguiente ficha, el entrevistado relata con más detalle la experiencia de haber realizado esta muestra.

Nombre de la iniciativa

Pa' que veai!

Género

Fotografía, escultura y pintura

Fecha de creación

Septiembre de 2002

Descripción de la iniciativa

Invitamos a 30 personas invidentes elegidas completamente al azar, a experimentar con

artes visuales; hicimos un taller de fotografía, otro de escultura y finalmente uno de pintura. En un comienzo pensaron que nos queríamos reír de ellos, pero después les explicamos que queríamos lograr que la gente se sorprendiera de lo capaz que es una persona con discapacidad visual. Así, montamos esta atractiva exposición.

Orígenes

En realidad yo andaba buscando una especie de símbolo para explicar el tema de los prejuicios y el conocimiento del otro, quería mostrar la tremenda dificultad que tenemos de ponernos en los zapatos del otro, que creemos que somos capaces, pero en realidad nos cuesta mucho hacerlo. Hacía tiempo que quería comprobar en forma clara de que el prejuicio no es una cosa mala, sino que simplemente es como la gravedad, son cosas que existen, entonces para poder vencerlo hay que darse cuenta de que existe; fue así como llegué a crear el "Pa' que veai!".

Desarrollo creativo

Dejé que el proyecto fuera mostrando su dirección a medida que lo íbamos haciendo, entonces en el camino fuimos adaptando según las cosas que fuimos encontrando. En general creo que fue una buena experiencia para ambos lados. Las personas con discapacidad visual, que participaron de

esta iniciativa, quedaron muy contentas, se produjeron encuentros entre ellos, se hicieron muy amigos, incluso hasta el día de hoy. En conclusión, yo creo que fue bueno para todos.

Objetivos

Lo que deseábamos es que el espectador pudiera ponerse en los zapatos del otro, pudiera conocer su realidad, pero no por lástima, sino que desde la perspectiva de tratar de entenderlo, y a través de la comprensión, ser capaces de ayudarnos mutuamente.

Alcances

La exposición se ha presentado en Santiago, Arica, Iquique, Antofagasta, La Serena, Calama, Viña del Mar, Talca, Concepción, Valdivia, Puerto Montt y Punta Arenas. Calculamos que alrededor de cien mil personas pudieron verla, pero este número podría ampliarse, ya que la idea es seguir presentándola.

Repercusiones

Produjo una serie de repercusiones muy positivas en la gente que la fue a ver, creo que entendieron el mensaje y se pusieron en los zapatos del otro. Lo que más me llamó la atención fue ver a personas saliendo con lágrimas en los ojos, eso fue súper potente.



FOTOGRAFÍA: FUNDACIÓN América



Desde la silla del propio director



DAVID ALBALA
Director documental "Perspeplejia"

En Chile, más de dos millones de personas poseen algún tipo de discapacidad visible. Vivir con ella, aceptarla y que otros también la acepten, es un trabajo complejo que este grupo ha debido asumir, y que a través de esta obra audiovisual, su director ha querido relatar a toda la sociedad.

“Chile no va a ser desarrollado mientras sólo vele por el crecimiento económico; los países desarrollados tuvieron y tienen crecimiento económico importante, pero a la par tienen un desarrollo humano y social, que incluye positivamente a las minorías, pero no desde un enfoque de beneficencia, sino que desde un enfoque participativo”.

Para este joven realizador audiovisual, quien sufrió el año 2002 un accidente de tránsito que lo dejó parapléjico, la principal motivación para llevar a cabo el documental “Perspecpleja” fue continuar trabajando en el área que claramente lo apasiona. Como un adicional, pudo ver cómo la realización del documental se involucraba con una necesidad social no resuelta, logrando impactar al público espectador, que hasta el momento ha tenido acceso a la película. “Quise hacer el documental porque venía trabajando muchos proyectos audiovisuales que estaba creando, estaba buscando financiar y por supuesto producir. Tras el accidente lo que siento es que no estoy dispuesto a renunciar a esos proyectos, no estoy dispuesto a renunciar a pasiones profesionales, y ocurre además que aunque estoy con esta discapacidad siento que todo lo que me han dicho de ella, todo lo que me han contado, todo lo que he leído, para mí no es cierto, porque me siento igual que antes, siento las mismas ganas de hacer cosas, tengo los mismos sueños, tengo las mismas motivaciones que no quiero ver desvanecerse, sino que quiero mantener; entonces me propongo contar una historia entretenida, y la entretención es portadora de muchos temas sociales”, expresa Albala.

Según su opinión ¿Cuál es la visión que tiene la sociedad chilena respecto de la discapacidad?

Tengo la sensación de que la sociedad mayoritariamente sigue pensando que la discapacidad es un problema de otros. Cuando en el día nacional de la discapacidad la Ministra de Planificación y Cooperación, Clarissa Hardy, antes de hacer el discurso

oficial dijo “hoy día es el día nacional de la discapacidad, es un día muy importante porque permite entender el fenómeno de la discapacidad como parte de la realidad nacional”, tuve que corregirla y le acoté: “Ministra, la discapacidad no es un fenómeno, es una realidad, y este día debería servir para hacernos conscientes de que esa realidad existe y forma parte de nosotros”. En este contexto, Chile no va a ser desarrollado mientras sólo vele por el crecimiento económico; los países desarrollados tuvieron y tienen crecimiento económico importante, pero a la par tienen un desarrollo humano y social, que incluye positivamente a las minorías, pero no desde un enfoque de beneficencia, sino que desde un enfoque participativo. La comunidad de personas con discapacidad no busca que se le incluya como un favor, lo que hay que entender es que se puede contar y aprender de ella. La sociedad mayoritariamente no se ha dado cuenta que puede contar con nosotros y que para eso necesitamos accesibilidad arquitectónica, de movilización, de educación, entre otros.

¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social?

Como lo han dicho algunos, en el mundo empresarial ya no sólo debe importar el qué hacemos, sino el cómo lo hacemos, y esto es una forma de tomar conciencia de que quienes participan en la producción, en la creación de algo, son personas que tienen necesidades tan amplias y tan diversas dentro de lo humano, que el cómo lo hacemos también tiene que ver con el contexto y el ecosistema en el cual funciona tu empresa. Por lo tanto ésta debe hacerse cargo de cómo está produciendo.

Yo creo que la Responsabilidad Social es un proceso de toma de conciencia, de quién eres, qué eres, quiénes participan, para qué participan, cómo lo hacen y cómo se hacen responsables del proceso de creación.

¿De qué manera este concepto se vincula con el documental?

Se vincula porque creo que mi película por un lado muestra y desmitifica un montón de creencias que se tienen respecto de las personas que tenemos discapacidad física o sensorial. Desmitifica sobre todo la creencia respecto de cuánto nos incapacita nuestra discapacidad física o sensorial; muestra que la discapacidad puede incorporarse a la vida diaria, y como tal se doblega y se vence, y de esa manera termina siendo simplemente una situación más de la vida, y que por lo tanto, este grupo humano debiera participar o facilitársele la inclusión en lo que es ser un ciudadano activo.

¿Y cree que su documental logra sensibilizar a los ciudadanos y crear conciencia en Responsabilidad Social?

Yo creo que la creación artística es un vehículo, un soporte para transmitir lo que quieras. Así, ésta es un puente para hacer transitar ideas de las más profundas a las más superficiales, para que otros las reciban de manera fluida, fácil, llevadera y accesible. Al final las películas, las obras teatrales o cualquier expresión artística, lo que hacen es hablar de temas humanos, y muchas veces están disfrazados en un chiste, en una comedia, en un drama, pero al final ese chiste, ese drama o esa comedia, simplemente son el vehículo, el transporte para que llegue esa emoción, esa idea, esa

reflexión, y la persona la incorpore y haga lo que quiera con ella.

Y en este contexto ¿La Responsabilidad Social puede ser un aporte para acabar con las discriminaciones de todo tipo, que existen en nuestro país?

Partiendo de la definición que te daba, si la Responsabilidad Social significa tomar conciencia de quién eres, qué eres, quiénes participan, qué hacemos, entre otros, entonces sí te vas haciendo consciente de esos participantes o niveles de participación, entonces puedes lograr grandes cambios y crear mejores condiciones de vida, desarrollo, trabajo e inclusión.

¿Cuáles cree que son los principales valores que transmite el documental?

Dicen que un emprendedor tiene cuatro características básicas: intuición, perseverancia, coraje y compromiso, pero una vez una persona me agregó que un emprendedor tiene que tener resistencia para resistir la perseverancia. Así, "Perspecplejia", visto como un emprendimiento en una condición y contexto tremendamente desafiante como lo es adquirir una discapacidad, puedo decir que transmite el compromiso con uno mismo, el ser consecuente con lo que uno considera que es su pasión en la vida, el estar dispuesto a reflexionar sobre sí mismo, estar dispuesto a cambiar, a ser flexible para buscar la transformación que permite salir adelante, porque por supuesto yo no camino, pero me muevo en silla, no hago las cosas que hacía antes, pero existe una manera diferente de hacerlas, entonces transmite el ser flexible en ese sentido, el estar dispuesto a conocerte aceptando tus lados oscuros y los más brillantes, estar dispuesto a transmutar el dolor y convertirlo en una energía que te permita poner esa potencia en movimiento para hacer las cosas que quieres, y finalmente mostrar que la discapacidad física o sensorial es un límite, pero un límite doblegable, y que es bueno que la gente que no tiene una discapacidad física o sensorial visible, sepa que existe una comunidad de personas que ha enfrentado el límite, que lo han

vencido y que está esperando ser incluida, que sólo falta que se abra la puerta para que nos pongamos a trabajar y lograr que este país sea desarrollado, porque creo que eso también es un valor.

¿Y cree que estos valores fueron recepcionados por los espectadores, tanto del documental como de la serie de TV?

Creo que algunos de ellos los han recibido. Cada una de las personas que me ha escrito ha recibido "Perspecplejia" desde su subjetividad, y en ese sentido le ha servido para enfrentar o hacer cosas en su vida personal, entonces no puedo decir lo que la gente recibió del documental en total, pero sí creo que estoy muy cercano a los conceptos que te mencioné antes, sin tener la capacidad de definir quién recibió qué o quién entendió qué.

"Perspecplejia": Una visión desde otra perspectiva

"Perspecplejia" es la primera película de este joven director, quien actualmente se encuentra trabajando en otros proyectos audiovisuales relacionados indirectamente con la discapacidad. A través del siguiente cuestionario, Albala nos relata mayores detalles de la realización, producción y sentimientos, que fue descubriendo a medida que iba rehabilitándose y grabando la película.

Nombre de la iniciativa

Perspecplejia

Género

Audiovisual/ Documental

Fecha de estreno

5 de mayo de 2005

Descripción de la iniciativa

Hay varias maneras de decir de qué trata el documental, depende de la visión que se tenga, porque por ejemplo te podría

decir que es la historia de la rehabilitación del director de la película, quien tras un accidente tiene como secuela una paraplejia, es decir la imposibilidad de controlar sus extremidades inferiores, y a través del documental cuenta cómo logra reconstruir su vida y reconquistar la libertad perdida tras haber adquirido esa limitación. Por otra parte, también podría decirte que la película cuenta la historia del director, que frente a un accidente que le dejó una discapacidad, decide no renunciar a la vida que quiere hacer y lucha por alcanzar los sueños que se ha propuesto realizar antes de tener el accidente. También podría decirte que es una película que cuenta la historia de cómo puedes ser emprendedor cuando has adquirido una limitación férrea, pero que esa limitación es vencible y doblegable, si primero la aceptas y luego buscas la manera de vencerla creativa, perseverante y entretenidamente. Finalmente, podría decirte que el documental cuenta la historia de cómo ese director se encuentra con otras personas que tienen una discapacidad como él, que llevan mucho tiempo en la silla de ruedas, y que le muestran y le cuentan cómo han logrado reconquistar esa libertad perdida tras haber adquirido la discapacidad. Sea el cual sea el caso, el punto es que llegué a hacer esta película por una motivación cien por ciento personal, y en el camino me fui dando cuenta del fuerte contenido social que ésta podía transmitir.

Objetivos

Lo que busqué fue contar una historia entretenida, algo que fuese honesto, sincero, que tuviera conversaciones reflexivas, compartidas, en donde se muestra cómo alguien tiene un proceso de cambio y transformación, cómo se dispone a hacer ese proceso, qué es lo que aprende del personaje, qué es lo que muestran sus personajes secundarios, en qué se va convirtiendo, y qué le permite este viaje que ha decidido emprender. Así, "Perspecplejia" te lleva a saber quién eres, a conocerte a ti. Si bien es cierto es mi primera película, la dirigí y fui el personaje principal, también fue una rehabilitación excepcional, por lo que pude conocer de mis otros personajes, y ha sido un proceso de autoconocimiento, que no

tengo palabras para decir lo enriquecedor que ha sido y lo que me ha permitido descubrir de mi mismo.

Desarrollo

Fue un proceso tremendamente entretenido, porque me dispuse a vivirlo así. Comandar un equipo para hacer una película sobre mi propia historia fue súper entretenido, lo pasamos muy bien. Es cierto que cometí muchos errores, pero lo pasé muy bien. No puedo dejar de admitir que fue un largo proceso, difícil y tremendamente agotador y costoso, pero además tenía un contra, de que yo era el personaje y el director, y si bien es cierto yo controlo al personaje, pero no puedo obligarlo a que exprese lo que siente si no lo tiene claro. Lo que me gusta de "Perspecplejia", es que todos los diálogos son verdad, son textuales, todo lo que ves montado es la primera toma, no está repetido, no está recreado.

Alcances

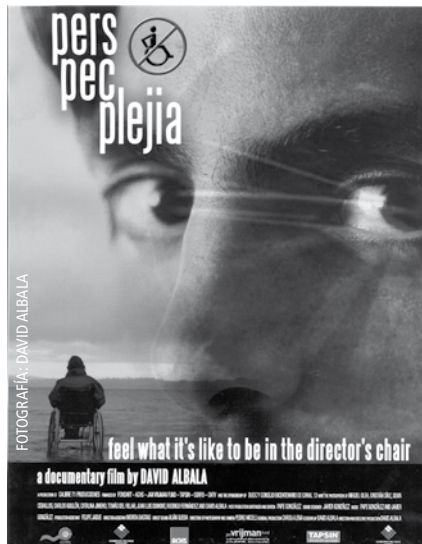
El documental fue ganador del Apes 2005; obtuvo mención especial en el festival Internacional de Guadalajara 2006; fue nominado a mejor documental de director en los premios Altazor 2005, y a mejor música original, en el premio Pedro Sienna 2006. Fue seleccionado oficial de Silverdocs, del festival independiente de Nueva York, del Festival Fidocs, de Green Film Festival, entre otros.

Repercusiones

Después del estreno mucha gente me escribió al sitio Web, agradeciéndome, reconociendo todo lo que les permitía descubrir del mundo de personas con discapacidad y de ellos mismos; luego eso me ha pasado en todos lados. Durante las transmisiones de la serie de televisión el impacto fue enorme, entonces cuáles son las respuestas que he cosechado tras este proceso de película y serie de televisión, es de que el tema sí le importa a mucha gente, de que el enfoque les ha hecho muy bien, que esa visión de enfrentar las dificultades, de crecer con ellas, de buscar la manera de salir adelante cuando se quiere es posible, entonces me tiene muy contento porque mucha gente me reconoce, agradece y manifiesta lo bien que le ha hecho el documental y el programa.



FOTOGRAFÍA: DAVID ALBALA



FOTOGRAFÍA: DAVID ALBALA



FOTOGRAFÍA: DAVID ALBALA

“Si la Responsabilidad Social significa tomar conciencia de quién eres, qué eres, quiénes participan, qué hacemos, entre otros, entonces sí te vas haciendo consciente de esos participantes o niveles de participación, entonces puedes lograr grandes cambios y crear mejores condiciones de vida, desarrollo, trabajo e inclusión”.



Artículo central Fundación PROhumana:

Arte y Responsabilidad Social ¿Y por qué no?

En la actualidad, con la modernidad y los tiempos acelerados que el ser humano está viviendo, cada vez se hace más difícil detenerse a observar, analizar o comprender lo que se encuentra a nuestro alrededor.

En general, la insensibilidad y la indiferencia caracterizan a las sociedades presentes, sin embargo y sobre todo en las naciones menos desarrolladas, esta apatía se agudiza, ya que no se logran superar necesidades sociales no resueltas, y muchas de éstas se siguen manifestando de manera latente, donde pocos trabajan para superarlas.

Discriminación, pobreza y corrupción, son sólo algunos de los problemas sociales que países como Chile aún no logra superar, y que claramente requieren con urgencia ser remediados, con el propósito de generar igualdad, crecimiento y sociedades más sustentables.

Podemos afirmar que alrededor del mundo existen iniciativas sociales, públicas y privadas que fomentan la solución de estos “temas pendientes”, llevando a cabo acciones que intentan atacar el problema y radicarlo por completo.

En este contexto, existen diversos vehículos para difundir, informar y educar a la población respecto de estas necesidades sociales no resueltas, las cuales son de vital

importancia para generar cambios globales que permitan una sustentabilidad de las naciones a largo plazo.

Así, podemos cuestionarnos: ¿Cuántas veces hemos estado frente a una obra de arte, observándola o viviéndola, y esa experiencia nos ha permitido obtener una nueva visión de las cosas? Claramente ese es un poder que el arte y cualquier expresión artística poseen de una forma natural e innata, y es esa misma característica la que queremos proponer como una herramienta y vehículo para terminar con los “temas pendientes”, a los que nos referíamos anteriormente.

Gracias al desarrollo cultural que nuestro país ha experimentado en los últimos años, hoy es más factible acceder a exposiciones, muestras o lanzamientos de diversas expresiones artísticas. En la actualidad, los ciudadanos se encuentran más familiarizados con la cultura, y por lo mismo cada vez más vemos cómo aparecen espacios -tanto privados como abiertos-, dedicados a estos menesteres.

Es innegable que el arte y en general cualquier expresión artística es un vehículo promotor de sentimientos, valores y pensamientos, a través del cual se puede entregar mensajes de alto contenido, los cuales llegan y son recepcionados por el público espectador.

Teniendo en cuenta estas particularidades, una expresión artística puede convertirse en una herramienta única en su formato, que permite que en países donde existen necesidades sociales no resueltas, el mensaje y la acción lleguen de una forma directa a los ciudadanos, sensibilizando y erradicando el tema en cuestión.

Desde la imaginación y la fantasía, el arte permite abordar estos problemas sociales de una forma diferente, donde el espectador puede realizar un viaje imaginario a través de la emocionalidad y la racionalidad, acercándose a aquellos “pendientes” sociales que aún no han incorporado en su preocupación personal. Es innegable afirmar que las expresiones artísticas tienen esta gran cualidad, donde la subjetividad enriquecedora de la misma obra, permite transportar un mensaje excepcional, tanto en contenido como en forma.

Cuántas veces quizás las personas se han enfrentado a distintas expresiones artísticas, donde han logrado comprender más allá de lo que sus ojos ven, su tacto siente, sus oídos escuchan o su olfato capta.

Claramente, al observar una pieza audiovisual, al escuchar una canción, al palpar una escultura o al involucrarse con una expresión artística, ésta provoca algo dentro, sensibilizando con respecto a una realidad que quizás antes no

se había logrado percibir; y esta es la reflexión que los invitamos a realizar.

Es así como podemos aseverar entonces que la Responsabilidad Social se encuentra en estrecha conexión con las expresiones artísticas, debido a su capacidad de comunicar un mensaje desde quien lo crea, sensibilizando, generando conciencia y empatizando con necesidades sociales no resueltas, que muchas

En Chile, las donaciones empresariales destinadas a proyectos culturales, se han convertido en un aporte fundamental para la difusión y creación de expresiones artísticas de diverso tipo.

Así, podemos observar cómo distintas compañías se preocupan de entregar dineros para la realización de actividades artísticas como presentaciones, exposiciones o muestras,

donde el impacto del proyecto cultural sea más potente, con el propósito de alcanzar una mayor cantidad de público.

En general, la creatividad y la especial dedicación hacia el proyecto, son dos elementos claves que una empresa debe manejar en torno a una expresión artística, por lo cual ambos tienen que estar presentes,

¿Cuántas veces hemos estado frente a una obra de arte, observándola o viviéndola, y esa experiencia nos ha permitido obtener una nueva visión de las cosas? Claramente, ese es un poder que el arte, y cualquier expresión artística en general, posee de una forma innata.

veces las personas no saben cómo afrontar y tampoco cómo cooperar a su solución.

Bajo esta lógica queda en evidencia que el arte y lo social forman una excelente alianza, ya que para enfrentarlos, es necesario utilizar la imaginación y abrir todos los sentidos, dentro de un viaje mágico y diferente, que permite captar aquello que se nos quiere entregar y lo que nuestro ser está dispuesto a percibir.

Muchos pueden pensar que no todas las personas logran entender o comprenderse con una expresión artística o su mensaje, y puede que tengan razón, no obstante lo que no se puede negar es que una obra de arte siempre tiene una capacidad provocadora, que deja un “algo” dentro del espectador, y eso es algo sumamente valioso.

Por lo mismo, esta interesante relación entre la Responsabilidad Social y las expresiones artísticas se presenta como una alternativa viable para que tanto el Estado, la sociedad civil y los privados puedan trabajar, con el propósito de contribuir de una manera educativa, cultural y diferente, a que se superen necesidades sociales no resueltas.

RSE y cultura: Más allá del aporte monetario

además de habilitar espacios aptos para dar a conocer el proyecto cultural en cuestión.

Es fundamental reconocer que el aporte que el mundo privado realiza a la cultura, por lo menos en Chile, es bastante considerable, y que probablemente si este apoyo no existiera, muchos proyectos quedarían desamparados, principalmente por falta de recursos para realizarlos.

Partiendo de esta base y relacionando la Responsabilidad Social Empresarial con las particularidades y características del arte que anteriormente nombrábamos, se puede afirmar que la RSE y las expresiones artísticas pueden convertirse en un excelente aliado.

Valorando la capacidad transformadora, educativa y sensibilizadora, que el arte posee, la RSE puede hacerse parte de una expresión artística, involucrándose en el proyecto más allá de la donación monetaria tradicional.

¿Y cómo? Apoyando proyectos que contengan ese elemento sensibilizador y creativo, que busquen solucionar necesidades sociales no resueltas a través de la toma de conciencia por parte del público espectador.

También, involucrando al equipo de profesionales de la empresa con la expresión artística, donde exista un trabajo de retroalimentación constante entre las partes involucradas. Otra opción es facilitando las intervenciones urbanas

independiente del camino que la compañía decida tomar.

Pero para que una empresa pueda optar a apoyar proyectos de esta envergadura, es fundamental que las iniciativas que se crean y presenten tengan características innovadoras y creativas, que apunten a sensibilizar y a tomar conciencia respecto de temas específicos.

Por ende, la responsabilidad no sólo cae en las empresas que apoyan los proyectos artísticos, sino que los propios creadores deben ser capaces de presentar iniciativas innovadoras que realmente sean un aporte para solucionar necesidades sociales no resueltas.

Claramente, la empresa como actor social activo que es, debe contribuir a la solución de estos “pendientes” sociales, a la superación de las desigualdades y al desarrollo equitativo de las personas, por lo mismo un aporte a la cultura como el que acabamos de plantear puede generar cambios sociales que deben considerar.

En conclusión, queda abierta la invitación para que tanto empresas, ciudadanos y Estado reflexionen acerca de esta asociación entre el arte y la Responsabilidad Social, la cual va más allá de la donación, donde el arte se convierte en protagonista y genera un cambio social.



CECILIA MILLÁN
Representante de Oxfam Internacional

Hace ya cuatro años la campaña “Comercio con justicia” recorre el mundo entero. Así, a través de la fotografía, Oxfam ha logrado sensibilizar a miles de personas, llevando de lugar en lugar un mensaje que busca mejorar las condiciones económicas y sociales de una gran cantidad de personas en todo el mundo.

Fotografiando una justicia “IN”

Comercio con Justicia es una de las campañas más emblemáticas de esta organización internacional, la cual ha convocado a diversas celebridades internacionales para participar a través de la fotografía, donde su rostro y reconocimiento público permiten masificar el objetivo de esta iniciativa. Lo que esta campaña persigue es luchar por establecer reglas comerciales justas que beneficien a todos los actores de la sociedad, y en este contexto, Oxfam Chile también se ha hecho parte de esta cruzada, invitando a artistas nacionales a sumarse a participar. Respecto del impacto que esta campaña

ha tenido en nuestro país, Cecilia Millán comenta que en general la recepción de esta iniciativa ha sido súper buena, en algunas naciones ha existido una respuesta bastante grande, cerca de 5.5 millones de personas han participado, y en nuestro país hemos tenido una repercusión súper importante en relación a los jóvenes, y a través de la página Web hemos recibido comentarios muy alentadores .

Además, la entrevistada agrega que se pensó desarrollar la campaña a través de celebridades retratadas, porque la fotografía

es una herramienta visual que puede ser vehiculada por Internet, pero también se puede distribuir en distintos países, lugares y medios, porque visualmente es muy poderosa, muy llamativa, entonces tiene distintos usos. Por otra parte, decidimos trabajar con personajes conocidos, por su capacidad de difusión, ellos pueden llevar el mensaje siempre. Por ejemplo cuando las bandas andan de gira se produce un momento importante, porque un grupo de voluntarios puede ir al evento y repartir información de la campaña, o si no el grupo puede donar parte de la venta de sus pro-



“Se pensó desarrollar la campaña a través de celebridades retratadas, porque la fotografía es una herramienta visual que puede ser vehiculada por Internet, pero también se puede distribuir en distintos países, lugares y medios, porque visualmente es muy poderosa, muy llamativa, entonces tiene distintos usos”.

FOTOGRAFÍA: FUNDACIÓN PROhumana

ductos de marketing a Oxfam, entonces lo que se da es un aporte concreto. Igual es fundamental que estos artistas acepten y se hagan parte de los objetivos de la campaña, que conozcan y que estén informados de lo que está sucediendo, porque es la única manera de que se comprometan y se sientan parte de la misma, transmitiendo el mensaje de la mejor manera .

Según su opinión ¿Cuáles son los principales valores que transmite la campaña al espectador?

Lo que se destaca es la defensa de los derechos a todo nivel, es decir de los derechos que como seres humanos poseemos. Por ejemplo, en Chile estamos hablando de la defensa de los derechos de las trabajadoras y trabajadores, y a nivel global, el derecho que tienen los países en desarrollo, los países más pobres, a tener una competencia leal, y que el intercambio comercial sea más justo, propiciando la reducción de la pobreza y el desarrollo sustentable.

¿Y cree que estos valores se traspasan al ciudadano?

Pienso que sí, ya que en Chile por ejemplo, existen una cantidad de derechos que no son percibidos como tales por las personas, no hay mucha conciencia de que existen, de manera que si no hay conciencia de ellos, ¿cómo los vamos a exigir?, entonces en ese sentido creo que gracias a la campaña se ha traspasado información clave. Además y en este contexto, me parece importante apuntar a este tipo de iniciativas, porque es muy simple el mensaje, por eso digo aquí tenemos un país muy exitoso que exporta grandes cantidades de frutas, salmones o



FOTOGRAFÍA: OXFAM

vino, y recibe varios millones de dólares a cambio, pero ese dinero no está siendo reinvertido socialmente en todos los niveles, y segundo, existe una cantidad de trabajadores que no se encuentran en buenas condiciones, entonces las empresas de esos sectores podrían hacer un esfuerzo para mejorar la situación de todos los trabajadores de esas empresas .

Y en ese contexto ¿Cuál sería el principal vínculo que existe entre la campaña Comercio con Justicia y la Responsabilidad Social?

Nosotros a través de la campaña estamos vendiendo un mensaje que apunta a una Responsabilidad Social que se dirige a la opinión pública, ciudadanos que son responsables también socialmente. Otro mensaje tiene que ver con el tema laboral, es decir cuando hablamos sobre los derechos de los trabajadores en Chile, estamos apuntando a ellos y al empresariado, entonces pretendemos que éstos últimos reaccionen, que pongan mayor énfasis en la protección de la seguridad en el trabajo o de la salud, entonces ahí estaríamos apuntando directamente a las empresas. Creo que esa es su verdadera Responsabilidad Social, pero aquí hay muchas empresas que donan y financian muchas actividades culturales, lo cual es sumamente interesante e importante, porque sobre todo la cultura es siempre muy pobre, pero ahí se hace con un sentido de donación, pero al mismo tiempo no sé cómo esas empresas se están

mirando ellas mismas, ¿Están realmente implementando cosas para mejorar su impacto a todo nivel?.

Y según su opinión ¿Cuál sería el estado de la Responsabilidad Social Empresarial en nuestro país?

Desde que llegué a Chile, el año 2002, empecé a escuchar el término y me pareció muy interesante, primero por los seminarios que hacía PROhumana, y después por otras organizaciones que han ido apareciendo. Lo que me he dado cuenta es que no es homogénea la percepción de la RSE, es decir va desde la filantropía más tradicional al marketing social, entonces hay propuestas súper interesantes, el discurso ha sido adoptado por gran cantidad de empresarios y empresas. Ahora, el concepto detrás de ese discurso puede variar, pero de alguna manera las cosas más positivas que se han hecho, donde se apunta a una reinversión social y a una protección de los derechos de los trabajadores, funcionan. Esas experiencias las veo como muy mínimas todavía, en ese sentido el enfoque me parece que es muy disparado todavía, pero reconozco que sí hay interesantes experiencias en todos los niveles, y eso es muy bonito, pero todavía lo veo muy micro.

Existe la sensación de que un gran número de las donaciones de las empresas a expresiones artísticas, consisten en dinero y no se involucran más allá ¿Cuál es su opinión al respecto?

Creo que no hay algo más sustentable, entonces la relación es puramente monetaria; igual es fantástico que donen dinero para organizar algo de lo que se va a beneficiar una gran cantidad de personas, pero pienso que debe existir un compromiso más sustentable, donde exista una estrategia que demuestre la cultura como algo que es absolutamente importante en el desarrollo de un país, porque una nación no sólo se desarrolla teniendo más ingresos, sino que también teniendo una cultura que sea para todos.

¿Y qué se podría hacer para cambiar esta modalidad?

Deberían presentarse propuestas a empresas que sean confiables, compañías que en su funcionamiento interno no tengan heridas o parches, o que claramente estén en un intento importante por mejorar. La idea sería que pudieran asociarse entre ellas y realizar un aporte a la cultura más transparente y masivo, porque a veces existe un apoyo súper limitado, para un público más sofisticado, en cambio creo que se pueden hacer cosas masivas y de buena calidad, donde gran cantidad de personas comiencen a entender, a acostumbrarse y a familiarizarse con la cultura, a través de diversas expresiones artísticas.

Entonces, según su comentario, puedo deducir que una expresión artística puede sensibilizar y a la vez generar cambios sociales importantes...

Creo que sí, porque estás apuntando a un derecho legítimo, porque se está transmitiendo un mensaje. La receta para hacer cambios reales, por ejemplo, es que a través de campañas como la nuestra se sensibilice, se deje a las personas con un bichito de interés, porque creo que en algún momento sí podría llegar a producir algún cambio, pero ahí hay que hacer mucho lobby con organizaciones o personas que toman las decisiones, entonces esto significa mucho trabajo.

La fotografía nos habla

Transmitir mensajes sociales, a través de fotografías donde participan celebridades mundiales, ha sido un sello característico de Oxfam. En este contexto, Cecilia Millán reconoce que trabajar con rostros conocidos les permite llegar a un público masivo e influir directamente en quien toma las decisiones de poder, por lo mismo difunden estas obras a todo nivel. Así, en Chile ya han realizado dos exposiciones, las cuales han tenido un impacto importante en la población nacional.

Nombre de la iniciativa

Comercio con justicia

Género

Fotografía

Fecha de creación

Noviembre 2004

Fecha de exposición

Septiembre de 2006

Descripción de la iniciativa

Se presentaron fotografías de artistas globales como Bono, vocalista del grupo U2, pero además de artistas que formaron parte de la versión chilena de esta campaña, como Benjamín Vicuña, grupos de música como Chancho en Piedra, o personajes públicos como Benito Baranda, quienes a través de una imagen expresan la nece-

sidad de cambiar las reglas del comercio internacional.

Objetivos

La campaña de Comercio con justicia de Oxfam, a través de fotografías realizadas a diversas celebridades, busca cambiar las reglas injustas y los dobles estándares del comercio internacional, para que por ejemplo éste sea un instrumento eficaz en la tarea de la reducción de la pobreza y en la satisfacción de los derechos fundamentales de mujeres y hombres. Así, también se busca destacar la lucha desesperada de los agricultores más pobres y de sus familias, por sobrevivir en los países en desarrollo, con el objetivo de persuadir a millones de personas para que se unan a esta iniciativa, con el fin de aumentar la presión sobre los gobiernos de los países con mayor riqueza.

Orígenes y desarrollo creativo

Oxfam realizó una convocatoria y un fotógrafo norteamericano llamado Greg Williams, presentó esta propuesta fotográfica. Así, la iniciativa de a poco fue tomando cuerpo, y hoy es posible confirmar que la campaña ha sido aceptada y entendida totalmente, sobre todo en países donde el problema se encuentra muy presente. Así, en los últimos años Oxfam ha trabajado con celebridades en distintos niveles, como fundraisers ¹, como promotores de la campaña, apoyando eventos externos, en tours y visitas en profundidad, como

campaigners ², y como embajadores del mensaje en distintas zonas que visitan.

Alcances

En Santiago, la exposición de fotografías se presentó en el mes de septiembre de 2006 en el Centro Cultural de la Estación Mapocho, y la vieron cerca de diez mil personas. También estuvo abierta durante el mes de noviembre de 2006 en el Centro Mori, y ahí la visitaron aproximadamente cinco mil espectadores.

Repercusiones

Las respuestas han sido súper potentes. Como te decía a la gente joven le llegó mucho, tuvimos muchas personas que nos escribieron correos electrónicos, interesados en participar como voluntarios; en general fue una muy buena experiencia.

Próximas presentaciones

Tenemos pensado llevar la exposición a la zona de Talca, puesto que ese es el sector de las temporeras de las frutas, donde existen problemas entorno al trabajo, bastante importantes y además, queremos exponerla en Chiloé, porque en esa zona también existen problemas laborales ligados a los trabajadores de las empresas que producen salmón.

“Es fantástico que (las empresas) donen dinero para organizar algo de lo que se va a beneficiar una gran cantidad de gente, pero pienso que debe existir un compromiso más sustentable, donde exista una estrategia que demuestre la cultura como algo que es absolutamente importante en el desarrollo de un país, porque una nación no sólo se desarrolla teniendo más ingresos, sino que también teniendo una cultura que sea para todos”.

1. Personas que levantan recursos para una causa determinada.

2. Personas o profesionales que apoyan y participan de los valores o mensajes de una causa determinada.



FOTOGRAFÍA: CARLOS JARPA

Habitar en 12 metros cuadrados



Involucrarse con una necesidad social no resuelta, a través de una expresión artística, puede ser una excelente forma de sensibilizar y concientizar a la sociedad. Claramente, este fue uno de los objetivos logrados por este artista, quien demostró a través de su arte, lo que significa residir en un espacio tan reducido como el que poseen las casas progresivas.

Carlos Jarpa, abogado de profesión, sólo hace algunos años comenzó a dedicar su vida al arte. Reconoce que habilidades tuvo desde pequeño, pero que sin embargo no se atrevió a estudiar arte, puesto que provenía de una familia de profesionales tradicionales, y ser artista no era una opción. En la actualidad, Jarpa ha realizado diversas obras, y las más reciente titulada “Casa de 12 metros cuadrados”, deja en claro lo que es vivir en un espacio tan reducido como ese. “No sé si el objetivo de esta obra es completamente social, pero el hecho de que la gente tome conciencia de lo que es vivir en una casa de 12 metros cuadrados, para que esto no se repita, para que las generaciones futuras no repitan estos errores, para que la gente sepa que hay otras personas que viven en condiciones distintas y que son iguales a ellos, es súper potente. Por ejemplo, hoy en día la juventud de los barrios más acomodados es igual a los estudiantes de los barrios más populares, no tienen diferenciación en la ropa, no tienen diferenciaciones importantes, sino que más bien tienen aspiraciones comunes,

pero donde han nacido hace la diferencia; no puede ser el logro y la ambición de una familia chilena tener su casa propia cuando ésta es de 12 metros cuadrados, no puede ser y me revelo frente a eso”, afirma Carlos Jarpa. También, respecto del estado de las viviendas sociales en Chile, el artista expresa que “lo que pude detectar a través de la investigación para hacer esta obra, fue que el proceso para obtener una vivienda social en este país es terrorífico. Además he visto que estas casas no fueron aceptadas por la gente, y que por años éstas han estado desocupadas, y los recursos del Fisco se han perdido completamente”.

¿Qué entiende usted por Responsabilidad Social?

Entiendo que toda empresa y todo ser está inserto en una sociedad y debe responder a ella, no puede ser la única respuesta el lucrar o el dar trabajo, porque dar trabajo es importante pero tiene que ir más allá, en general la empresa y las personas tienen que responder y participar en las campa-

ñas y aportes que satisfagan necesidades concretas o proyectos directos de toda la sociedad.

Y en este contexto ¿De qué manera el concepto que acaba de mencionar se vincula con su obra artística?

Se vincula porque estamos frente a una casa que es la base de una familia, y la familia es la base de la sociedad; entonces está extremadamente inserta en el tema, casi no necesita explicación. Voy a definir lo que es una casa de una forma poética: Una casa es el lugar donde el padre perdona a su hijo, ¿Podrá perdonar un padre a su hijo en una casa de 12 metros cuadrados, con cuatro personas más viviendo allí, con la fritanga de la comida andando, sin calefacción o con exceso de calor? No se puede, hay que entender que una casa no es sólo para dormir, es para vivir; por ejemplo, los hijos se hacen en la casa, entonces de esa manera mi obra se vincula con la Responsabilidad Social.



CARLOS JARPA
artista



FOTOGRAFÍA: FUNDACIÓN PROhumana

“La Responsabilidad Social básicamente va en el diseño y en la construcción de las viviendas sociales, en el diseño adecuado para vivir, hay un mínimo que cumplir en un país como este que está relativamente desarrollado”.

En Chile ¿De qué manera la Responsabilidad Social puede ser un aporte para mejorar el tema de la vivienda social?

La Responsabilidad Social básicamente va en el diseño y en la construcción de las viviendas sociales, en el diseño adecuado para vivir, hay un mínimo que cumplir en un país como este que está relativamente desarrollado. El tema es decir que no, porque creo que las empresas constructoras deberían negarse a participar en licitaciones que son irrisorias y son una broma para la gente. Creo que esa sería la mejor forma, una rebelión a hacer tonteras, porque los profesionales, los ingenieros, los chiquillos jóvenes que están dirigiendo empresas no pueden prestarse para hacer cosas que saben que no van a resistir, porque ahí está la ética, pero si se dan cuenta de que tienen una Responsabilidad Social que cumplir, las cosas serían distintas.

¿Cuál es su opinión respecto de las donaciones que las empresas hacen a los proyectos culturales?

Tengo una buena experiencia en eso. Yo fui durante cinco años el secretario ejecutivo de la Fundación de Bellas Artes para ayudar al museo, y también fui subdirector de la Biblioteca de Archivos del Museo, entonces ahí conseguí varias donaciones y tengo una opinión bastante positiva al respecto. Sin embargo, creo que en general las empresas donan el dinero y se olvidan de la iniciativa, no se involucran más allá, y claramente sí deberían hacerlo.

¿Y cómo se podría lograr eso?

Creo que habría que sensibilizarlas, por ejemplo a través de organizaciones como la de ustedes; presentarles proyectos concretos que les permitieran ver más allá de la simple donación.

Por ejemplo ¿Con proyectos como el que usted abordó en su obra?

Exacto, porque mi obra logra transmitir diversos sentimientos y sensibilizar, porque primero te permite un acercamiento a lo lúdico, después hay una sensación de reconocimiento del espacio contenido en 12 metros, se sabe lo que son 12 metros, se llega a entender de que alguien ha habitado en esas dimensiones, por ende te permite comprender y tienes otra visión de la realidad.

Dentro de una casa de 12 metros cuadrados...

Carlos Jarpa tuvo dos potentes razones para llevar a cabo la obra de la casa de 12 metros cuadrados: La primera, sus enormes ganas de crear y expresarse a través del arte; y la segunda, la inquietud que le hizo ver su hija menor cuando tuvo su primer acercamiento a este tipo de vivienda. En este contexto, el artista hace sólo unos pocos meses estrenó su obra, y a través

del siguiente cuestionario nos cuenta más detalles sobre esta creación.

Nombre de la iniciativa

Casa de 12 metros cuadrados

Género

Escultura en gran tamaño

Fecha de creación

Segundo semestre de 2006

Descripción de la iniciativa

Esta obra es un cubo que tiene 12 metros cuadrados, que está construida con una base de hormigón y durmientes de tren, levantada por pilares de fierro, los cuales forman un techo imaginario. De las paredes cuelgan esculturas pequeñas de gres, la cual es una arcilla muy fuerte pintada con óxidos naturales. Dentro de la casa hay una mesa de comedor, una cama vieja, entre otros artículos, y todo demuestra que dentro de la casa o cabe una cosa o la otra, no todo junto. Lo interesante de la obra es que los espectadores pueden pasearse dentro de ella, tocar, jugar, en general es súper vivencial.

Orígenes y desarrollo creativo

Siempre el cubo me ha llamado la atención como elemento plástico, entonces hice esculturas con cubos, las pinté en forma rupestre, muy primitivas, y de repente me vi invadido con muchas de éstas a mí alrededor, y una amiga escultora me dijo "Carlos, tienes que hacer algo más grande con esto", y me motivé. Justo en abril había visto en las noticias la discusión de las casas progresivas, las viviendas sociales, y dije "Bueno, esto va a ser una casa social de 12 metros, pero la voy a hacer con respeto, sin política y como un homenaje a esas personas que han vivido en ellas, y como recuerdo de lo que mi hija menor me dijo cuando pasábamos por Til Til y vio una gran población de estas casas, quedando perpleja e indignada con la situación". Entonces estructuré una obra sólida que fuera desmontable para poder mostrarla en varios lugares.

Objetivos

Básicamente lo que yo quería es que la gente pudiese ver la obra y que tomara conciencia de lo que es vivir en una casa

de 12 metros cuadrados, para que no se repitieran acciones como las que ya hemos visto.

Alcances

La obra se presentó en el patio central de acceso del Instituto Cultural de Las Condes, durante el mes de noviembre. Y respecto de la cantidad de personas que tuvieron acceso a ella, calculo que cerca de diez mil personas pudieron verla y experimentar con ella.

Repercusiones

Lo que más me llamó la atención de las repercusiones que me comentaron, es cómo la obra le llegó a las personas, porque a algunos les llegó como una obra de arte y dejando en segundo lugar el contenido, pero a otros les llegó el contenido antes que lo estético, entonces entendí que habían distintas aspiraciones de la obra, y eso fue súper enriquecedor para mí. Además, los

comentarios recibidos por parte de los jóvenes fueron súper interesantes, súper expresivos, pero también peculiar fue lo que pasó con los niños. Por ejemplo, hubo un niño que le gustó mucho la obra, que me dijo que era la que más le gustaba porque las demás podía entenderlas a la primera, pero que en esta había que usar la imaginación y pensar. En definitiva, creo que algunas personas tomaron conciencia de lo que es vivir en una casa de 12 metros cuadrados, y eso es súper gratificante para mí.

Próximas presentaciones

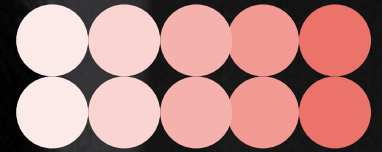
La verdad es que estoy en conversaciones con una artista para exponerla en el barrio de Chicureo, pero además tengo la posibilidad de mostrarla en toda la zona de Papudo, Zapallar, Cachagua y Puchuncaví. Igual hay que tener en cuenta que es costoso mover la casa, y lo tengo que hacer solo, porque no tengo ningún auspicio o alguien que me ayude.

"Básicamente lo que yo quería es que la gente pudiese ver la obra y que tomara conciencia de lo que es vivir en una casa de 12 metros cuadrados, para que no se repitieran cosas por el estilo".





FOTOGRAFÍA: FUNDACIÓN PROHumana



PAULA UBILLA
Fotógrafa

“Era un sueño para mí desnudar a gente común y corriente, personas que dentro del sistema literalmente no existen, ni socialmente ni para ellas mismas, entonces les dimos el espacio, tuvieron los minutos de la sesión sólo para ellas y muchas lograron encontrarse consigo mismas, con sus miedos, alegrías, trancas, y fue súper especial”.

Cuerpos sin tapaduras: Fototerapia

Un doble objetivo logró cumplir esta fotógrafa, quien a través de su exposición titulada “Cuerpos Celestiales”, mostró abiertamente cuerpos comunes y corrientes que son discriminados por la sociedad, pero además logró hacer ver a estos mismos, lo valiosos que son frente a todos los demás.

Paula Ubilla reconoce que el desnudo es trabajado por muchos fotógrafos en todo el mundo, pero que sin embargo el objetivo que mueve al artista, es aquel que hace la diferencia. En este sentido, esta joven fotógrafa reconoce que una de sus principales motivaciones para fotografiar cuerpos desnudos de personas comunes y corrientes que no necesariamente cumplen con los prototipos impuestos por la moda, fue retratar la auto discriminación y la diversidad, elementos que le permitieron llevar adelante un nuevo concepto en fotografía: La fototerapia. Al respecto la entrevistada comenta que “esto nace porque me di cuenta de que al tomar la fotografía tenía resultados insólitos, la gente salía levitando de las sesiones, entonces éstas eran una terapia porque uno se encontraba consigo mismo. La ropa es todo un tema, ella te dice quién eres, de qué clase social eres, como te mueves en la vida, entonces un ser desnudo no tiene nada de eso y puede descubrir grandes cosas que quizás nunca había visto a través de su cuerpo”. Respecto de porqué decidió

“La idea es buscar nuevos enfoques que permitan generar aportes y no más de lo mismo. Siento, que por ejemplo a nivel de empresas, éstas podrían entregar más espacios culturales, interviniendo áreas urbanas, ya que ellos son la Red que un artista necesita para hacer intervenciones de todo tipo y así lograr resonancia”.

trabajar con mujeres de escasos recursos, Ubilla afirma que “era un sueño para mí desnudar a personas que dentro del sistema literalmente no existen, ni socialmente ni para ellas mismas, entonces les dimos el espacio, tuvieron los minutos de la sesión sólo para ellas y muchas lograron encontrarse consigo mismas, con sus miedos, alegrías, trancas, y fue súper especial”.

Según usted ¿Cuál es la opinión de la sociedad chilena frente al desnudo?

Creo que aún la sociedad chilena es muy pacata, aunque es cierto que el tema está un poco más abierto. Es casi como hablar de la homosexualidad, ambos han sido tabú toda la vida, pero también han existido siempre. Igual pienso que la gente se está empezando a abrir más, porque se está dando cuenta que el desnudo, por ejemplo, no daña el círculo inmediato. Creo que los jóvenes son mucho más abiertos, se sacan la ropa donde quieren, ellos precisamente están rompiendo con eso “pacato”; siento que se está limpiando el tema y estamos en un proceso de transición para botar mitos, para reconocer más cosas y aceptar al otro, porque si te quieres sacar la ropa es cosa tuya, puedes estar ahí desnudo y yo no, es problema tuyo, pero creo que esto está empezando recién, y son los jóvenes los principales promotores.

¿Qué entiende por Responsabilidad Social?

Para mí la Responsabilidad Social tiene que ver con conciencia y respeto, es verdad que no puede ser algo impuesto, ¿y sabes por qué?, porque todas las cosas impuestas en algún momento revientan, o sea hay gente que no le nace no más, entonces la Responsabilidad Social hay que inculcarla

desde que uno es pequeño, para que ese reventón no ocurra.

¿Y de qué forma su exposición se liga con la descripción que acaba de entregar?

La Responsabilidad Social para mí tiene que ver con que las personas deben darse cuenta de que tienen otros pares similares, y así aprender de ellos. En mi exposición la idea fue generar respeto, quizás primero cuestionamiento, decir ¿por qué ella se atrevió y yo no?, y ahí generar todo un cuestionamiento personal, pero con el propósito final de generar respeto. Basta con que uno sea respetuoso con lo distinto y no sabes cómo se aliviaría el tema social. Lo potente que tiene la fotografía es que ella provoca sensaciones personales, nadie te lo cuenta, uno lo siente y eso es lo que se transmite y genera cambios.

Durante la exposición también se mostró un video que revelaba todo el proceso de fotografiar a las personas que se iban a desnudar ¿Cómo fue esa experiencia?

Fue súper buena. Algo que me gustó es que la gente iba escuchando también todo lo que pasó en las sesiones, las personas se daban el tiempo de ver el video, empezaban a escuchar cosas que se relacionaban con ellos mismos, escuchaban historias que a ellos también les pasaban, empezó a darse una identificación, empieza el eco, y después te das cuenta que ver el desnudo era un detalle, o sea el video te permitía acercarte a lo que le estaba pasando a esa mujer, en fin vas generando “ruido”, y cuando las cosas quedan, en algún momento gatillan, dan frutos o mueren, pero algo genera y eso es lo importante.

¿Cuál es la relación que existe entre su trabajo y la discriminación que hoy se produce en la sociedad?

La relación se da precisamente porque los cuerpos fotografiados no son avalados por la gente, son cuerpos discriminados por el vecino, por el marido, muchas veces también por la misma fotografía que nos retrata tal cual somos, y para qué decir si una persona va a buscar trabajo, pero siempre es una discriminación por el concepto de fealdad, pero quién dijo que es lo bello y qué es lo feo. La sociedad está llena de parámetros que hay que cumplir, hay que ser delgadas, hay que ser de tal forma, pero yo no sé quién dijo que la mujer Latinoamericana es esbelta o rubia, entonces todo es un prototipo. Los cuerpos que muestro en la exposición no son parte de ese prototipo, pero tienen el mismo derecho a estar expuestos como una obra de arte.

En este contexto ¿De qué manera la Responsabilidad Social puede ayudar a terminar con esta discriminación?

Siento que tiene que cambiar el enfoque, tiene que haber gente que tenga buenas iniciativas, porque el mayor error que hay socialmente es cómo se trabajan los temas sociales, a todo nivel, discapacidad, ecología, entre otros. La idea es buscar nuevos enfoques que permitan generar aportes y no más de lo mismo. Siento, que por ejemplo a nivel de empresas, éstas podrían entregar más espacios culturales, interviniendo áreas urbanas, ya que ellos son la Red que un artista necesita para hacer intervenciones de todo tipo y así lograr resonancia.

¿Y qué habría que hacer para que las empresas cambiaran de mirada?

Presentarle un buen proyecto de buena calidad, que no sea tan sólo hacer una obra, y lo fundamental es que se pueda presentar en regiones, pero en las plazas, no sólo en una galería. Además, sería bueno intervenir espacios urbanos, no puede ser que las expresiones artísticas queden sólo en una sala de arte, hay que mostrárselas a todos.

El reflejo de nuestra propia sociedad

Paula Ubilla realizó la experiencia de la fototerapia en dos ocasiones, la primera la hizo sólo con seis personas provenientes de la comuna de Conchalí, y al respecto reconoce que fue una buena experiencia piloto, sin embargo prefiere relatarnos lo sucedido entorno a la exposición “Cuerpos Celestiales”, su segunda muestra, donde claramente logró ir más allá de los desnudos retratados.

Nombre de la iniciativa

Cuerpos Celestiales

Género

Fotografía

Fecha de estreno

Marzo de 2003

Descripción de la iniciativa

Literalmente, esta es una exposición fotográfica de cuerpos desnudos que los retrata tal cual son, pero en este contexto, creo que es significativo precisar que cuando descubrí que lo que estaba haciendo era una ayuda para la gente, me empezó a dar lo mismo la muestra, es decir la fotografía que después se iba a exponer. Lo que causó en mucha gente para mí era lejos lo más importante, porque cada cuerpo tiene su historia, entonces eso era lo potente.

Orígenes

Siempre trabajo con temas que abarquen la discriminación, entonces ligué esto con la mujer, entonces vi que existían dos pilares, primero la discriminación, y segundo la diversidad, y por eso comencé a trabajar con el tema del cuerpo y el desnudo.

Desarrollo creativo

En todo momento, como fotógrafa, estaba interactuando con la persona que iba a fotografiar; la entrevistaba y a través del lenguaje del cuerpo iba averiguando cuáles eran los focos a tratar: familia, sexualidad, soledad o autoestima. Otra cosa que nos ayudaba es que al no ser fotografías dirigidas, ellas eran las fotógrafas y las modelos a la vez, entonces a través de preguntas sutiles íbamos llegando al fondo del problema, y generalmente se producía una catarsis,



FOTOGRAFÍA: PAULA UBILLA

una liberación, donde se daban cuenta de que las cosas que les dolían no eran tan pesadas como ellas creían, y todo esto se daba gracias a las sesiones fotográficas que íbamos teniendo.

Objetivos

El objetivo de las fotografías con las personas que participaron, era que ellas se encontraran a sí mismas, pudieran hacerse más conscientes de sus emociones, de sus rabias, de sus miedos, todo gracias al desnudo, y el objetivo con el público en general era que ellos se dieran cuenta de la discriminación que existe al no tener un cuerpo “bonito” o que no cumple con los parámetros establecidos.

Alcances

La muestra la he presentado en el Museo de Arte Contemporáneo, MAC, también la mostré en la ciudad de Osorno y en Chiloé. No tengo claro cuántas personas pudieron verla, pero piensa que sólo en

el MAC estuvo un mes, así que la vio mucha gente.

Repercusiones

Muchas personas me dijeron que estaban impactadas, que en las fotografiadas se veían todas bonitas, que no podían creer que las gorditas se vieran tan bonitas, entonces eso fue algo que me llamó la atención. Lo otro es que muchos me comentaron “que valientes son”, tanto hombres como mujeres, y eso fue súper potente. Me pasó con ellas mismas que después me encontré con varias que estaban con trabajo y no podía creer que esa persona que veía era la misma que había fotografiado, muchas de ellas hicieron un clic después de las sesiones y cambiaron su vida.

Próximas presentaciones

Tengo pensado presentarla en el Festival de Fotografías Mirafotos, que se realiza en Lima, Perú, y además estoy trabajando para ver dónde más puedo mostrarla.



3^{er} RANKING

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CHILE-2007

INSCRIBA A SU EMPRESA



Revista Capital y Fundación PROhumana, con el auspicio de Confederación de la Producción y del Comercio (CPC) realizarán por 3^{er} año consecutivo el Ranking Anual de Responsabilidad Social Empresarial de Chile.

No deje de participar para medir el aporte que hace su empresa al país en términos de desempeño social, ambiental y económico.

INSCRIBASE

Teléfono: 236 4390 - mail: ranking@prohumana.cl
contacto: Marcela Salas - www.prohumana.cl

ORGANIZAN

CAPITAL

Fundación
PROhumana.