

**COMUNICACIÓN DE SOSTENIBILIDAD A TRAVÉS DEL ARTE. ESTUDIOS
DE CASO DE DAH TEATRO Y HUNDERTWASSER.**

Doctoranda Diploma Estudios Avanzados: *Marija Božić (marija.bozic@campus.uab.es).*

Directora de la Investigación: *Dra. M. Teresa Escalas Tramullas,* Departamento de Didáctica de las Matemáticas y las Ciencias Experimentales. Programa de Doctorado Interuniversitario en Educación Ambiental Universidad Autónoma de Barcelona

RESUMEN

La finalidad de este estudio es identificar el potencial del Arte como una de las formas de comunicar la sostenibilidad enfocándose en su calidad de causar emoción y afecto.

El aporte de este trabajo es que las conclusiones podrán reflejarse en culturas o grupos sociales distintos, pues el Arte tiene un lenguaje universal, que puede tratar temas tan complejos como lo es la sostenibilidad.

El camino hacia un mundo más sostenible supone un gran esfuerzo que requiere sintonizar acciones complejas de múltiples protagonistas. Uno de los factores clave en este camino es la comunicación, que tiene un papel importante para asegurar que el significado del desarrollo sostenible se entienda y que al mismo tiempo se haga más cercano a la gente (UNEP & Futerra, 2005). Finalmente, es necesario que todos seamos capaces de cambiar nuestro comportamiento para avanzar hacia un mundo más sostenible, y para ello necesitamos estar informados, ser sensibles y también competentes en los temas de la sostenibilidad.

El objetivo general de este estudio, demostrar que utilizar el Arte como una herramienta de transmisión de valores puede ser un aporte para mejorar la comunicación de sostenibilidad, centra la investigación en explorar las obras de dos artistas internacionalmente conocidos, una en Serbia y otra en Viena, utilizando la metodología cualitativa del estudio de caso. Como técnicas de investigación en los estudios de casos se utilizaron el análisis documental, la entrevista y la observación directa. El análisis se desarrolló desde un punto de vista de comunicación de la sostenibilidad, transmisión de los mensajes y valores de la sostenibilidad y el impacto que éstos causan en el público.

Las obras que se eligieron para realizar los estudios de caso en esta investigación son:

- a) La Ciudad In/Visible – el proyecto de presentaciones del Dah Teatro de equidad humana y diversidad étnica realizado en los autobuses urbanos en las ciudades de Serbia
- b) Hundertwasserhaus - la casa ecológica diseñada por Friedrich Hundertwasser en Viena

Las razones para elegir estas obras fueron que en general tuviesen una clara conexión con los valores asociados a la sostenibilidad.

La selección de los valores asociados a la ética de sostenibilidad que se analizaron en este estudio se hizo a partir de los valores proclamados por las organizaciones u asociaciones internacionalmente conocidos: La Declaración del Milenio, La Carta de la Tierra, Oxfam y Forum for the Future.

El marco metodológico de análisis de datos que se adoptó en este estudio es el de Miles y Huberman (Berkowitz, 1997, Meira&Vargas, 2006). Según el método adoptado, se llevaron a cabo las fases principales del análisis de datos: la reducción de datos, visualización de datos, extracción de conclusiones y la verificación. En la segunda fase se creó el instrumento de medición en el cual cada valor percibido se puntuó en los tres siguientes niveles: P1 = Interpretación; P2 = Emoción; P3 = Aplicación.

Generalizando los hallazgos de este estudio, se concluye que el arte puede ser una herramienta válida que podría ser usada para sensibilizar a la gente a los valores y mensajes de

sostenibilidad. Se mostró que el público se implica y se crea una conexión emocional con los valores de la sostenibilidad. Esta conexión emocional se mostró claramente en el caso de presentación del autobús urbano y en el caso de Hundertwasserhaus no fue tan definida, posiblemente por la forma de teatro como mucho más expresiva que la arquitectura.

También se concluyó que es de gran importancia la elección de la forma de arte: el uso de la comunicación verbal con ejemplos y metáforas tiene la capacidad de facilitar la comprensión del tema por parte del público. En cuanto a la comunicación no verbal, el mensaje de la arquitectura ecológico subyacente no es tan obvio y probablemente se necesitaría informar al público previamente si se pretende la interpretación de éste.

Además, la elección del tema de comunicación artística es de gran relevancia. Se concluye que los temas que tienen una conexión directa con la comunidad local pueden ser beneficiosos para las personas y hacer que el mensaje les emocione más.

Hay que acentuar la importancia del arte que sale a la calle para acercarse a la gente. Con esta investigación se mostró que la presentación en el autobús o la arquitectura son medios bien válidos para la comunicación, y sobre todo se valúan por su calidad de acercarse a la gente – la persona no tiene que emprender una acción especial para encontrarse con la obra y su mensaje.

Con respecto a la investigación futura, se propone una línea de investigación que estudiaría cómo estimular la creatividad personal de cada uno de nosotros, y utilizarla como una herramienta poderosa que se aplicaría con placer como una aportación para la creación de una sociedad sostenible.