

Enrique González, presidente de FMRG Compact

Nombre: Enrique González

Edad: 60 años

Profesión: Publicitario. Presidente de FMRG Compact

Nací en: Castroverde (Lugo) **y vivo en:** Barcelona

Estoy en contacto con Ojos del Mundo desde: el año 2002

"Comprometido". Así define la página web de FMRG Compact a Enrique González, presidente de esta agencia de publicidad barcelonesa que desde los inicios colabora solidariamente con la Fundación Ojos del Mundo. Se trata de una empresa nacida el año 1987 que se dedica a la publicidad gráfica y televisiva, y que desde 2008 forma parte del grupo de comunicación a nivel estatal Compact Response Group. Entre los muchos trabajos que ha realizado para la Fundación, destaca la producción del spot publicitario de Ojos del Mundo, creado el octubre de 2007 con motivo del Día Mundial de la Visión.

¿Cuándo y cómo nace tu vinculación con Ojos del Mundo?

Tuvimos la oportunidad de saber del proyecto cuando estaba en gestación y nos subimos en marcha. Por las personas que estaban detrás y por el relato lleno de conocimiento y pasión que hacían de lo que podía ser logrado, no había quién se resistiera.

¿Qué significa para FMRG Compact poder colaborar con la Fundación?

Sumarnos profesional y vivencialmente a una causa muy convincente. Los ojos nos conectan a los demás y a nuestro mundo de forma casi insustituible. Disfrutar de ellos o no poder hacerlo conduce a dos vidas muy diferentes, tanto más en los países sin recursos. Si se puede hacer algo por extender el derecho a la visión en aquellos lugares donde más en riesgo está y si se consigue revertir la pérdida de visión de tantas personas como Ojos del Mundo está consiguiendo que vuelvan a ver, no hay palabras. Además, la cooperación es una Escuela de las mejores.

Y a nivel personal, ¿qué te aporta?

Cosas simples y a la vez muy valiosas. La conciencia de que hay que participar en la mejora del mundo, por insignificante que sea lo que uno pueda hacer, pues hay situaciones que no esperan. La amistad de una gente entregada a la causa de la visión y la erradicación de la pobreza en lugares donde es tremendo todo aquello de lo que se carece. Y el sentimiento de afirmación y alegría al saber que tú también has tenido algo que ver en que aquel anciano, aquella mujer o aquel niño concretos hayan recuperado la visión o no la vayan a perder, gracias a algo en lo que colaboras.

¿Cómo has vivido la evolución de Ojos del Mundo, desde el inicio hasta ahora?

La hemos seguido muy puntualmente, desde sus primeras visitas al Sáhara. Así que hemos visto crecer a la Fundación en personas, en voluntarios, en comisiones, en destinos, en apoyos, en estadística de casos tratados, en reconocimiento público, aunque queda tanto por hacer... Nos vemos con frecuencia y la información fluye. Buena parte de esa información es básica para el trabajo que se nos solicita, pero siempre vamos más allá de la relación funcional. Somos amigos y trabajamos juntos.

¿Qué crees que deberíamos hacer, cada uno de nosotros, para mejorar la situación de pobreza en los países con menos recursos económicos?

Bueno. Eso es una tesis doctoral. O un ciento. Mucha gente de buena voluntad en todo el mundo está trabajando en ello. Para responder en plan telegráfico, necesitamos implicarnos muy activamente en un cambio de modelo que gire los

valores inspirados por el culto al yo y por el ultra-liberalismo, y nos descubra la importancia de los logros colectivos más allá de los individuales. Y que construya conciencia planetaria, por encima de nuestras reducidas visiones hogareñas, urbanitas o tribales. Suena grandilocuente pero no lo es.

Una persona comprometida, ¿nace o se hace?

Ni idea. Yo confío en que la genética, que determina tantas cosas, deje un margen al aprendizaje, sobre todo en estos asuntos. El buen ejemplo es contagioso. El malo también, pero más el bueno.

Como profesional del mundo de la publicidad, ¿cuál es el mensaje que crees que transmite Ojos del Mundo a la sociedad de nuestro entorno?

Que los ojos del tercer mundo son tan valiosos como los del primero, sino más. Y que detrás de la salud ocular están en juego mínimos de calidad de vida, a los que hoy toda la humanidad debería tener acceso y derecho a disfrutar.

¿Podrías definir, con un slogan, el trabajo de cooperación realizado por la entidad?

Déjame que salga el profesional a reivindicar que un slogan tiene que estudiarse mucho para capturar en muy pocas palabras asuntos complejos de contar, difíciles de reducir. "Abriendo los ojos al mundo", que al principio me parecía muy comprometedor y un punto voluntarista, después de siete años me parece un buen slogan, anclado en realidades ya incuestionables. No lo he escrito yo. Creo que es del presidente. Nosotros tratamos de que esas palabras transmitan su carga energética a todo aquello de que se vale Ojos del Mundo para comunicarse con la calle.