

BODY SHINER

Una guida per realizzare la tua campagna artistica sulla body acceptance e strumenti per contrastare il body shaming!

Strumenti per la creazione di una campagna artistica

Questo materiale didattico è stato realizzato dal progetto Body Shining (Erasmus+ KA2 Project, 2020-2-IT03-KA205-019530, finanziato dall'Agenzia Nazionale Italiana) attraverso un'azione collaborativa tra le cinque organizzazioni partner (MOH, ELAN, University of Atypical, Animus e SMouTh) ed è stato coordinato da Elan Interculturel, Parigi.

Hanno contribuito:

Introduzione: Elianor Oudjedi

Metodologie:

Elan: Elianor Oudjedi

MOH: Isabella Mileti, Eleonora Schulze-Battmann

Animus: Elena Golemeeva, Margarita Rafailova

SMouTh: Dimitra Zacharouli, Despoina Bounitsi, Lydia Pantziou

Atypical: Amy Frazer, Deirdre McKenna

Progettazione grafica ed editing: Elianor Oudjedi

Un ringraziamento speciale a Eleonora Schulze-Battmann (MOH) per essersi occupata del [sito web di BODY SHINING](#) e del [canale YouTube di BODY SHINING](#).



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Quest'opera aderisce al concetto di "fair use". Il fair use è un criterio giurisprudenziale che consente un uso limitato di materiale protetto senza richiedere l'autorizzazione del titolare di tali diritti, ad esempio per uso accademico o informativo.



© Copyright 2022. Tutti i diritti riservati.



Indice

I. Cos'è Body Shaming? P. 6

II. Introduzione: comprensione del body shaming e delle campagne artistiche P. 7

III. Le campagne che abbiamo organizzato! P. 13

<i>Grecia</i>	P.
<i>Italia</i>	14
<i>Bulgaria</i>	P.
<i>Francia</i>	18
<i>Irlanda</i>	P.

IV. Attività da svolgere con il tuo gruppo per la realizzazione della tua campagna artistica

<i>Dal brainstorming alla sceneggiatura</i>	22 P. 37 26
<i>Dalla sceneggiatura al palcoscenico</i>	P. 38
<i>La rappresentazione dei corpi nella pubblicità</i>	42 P.
<i>Ciò che ammiri nelle altre persone vs. ciò che hai</i>	40 P.
<i>Contro-argomentazioni per l'hate speech</i>	54 P.60
<i>Oltre le maschere</i>	P. 66
<i>Inventa la loro vita</i>	P. 70
<i>Ritratto dell'alter ego</i>	P. 76
<i>Corone e costumi</i>	P. 80
<i>Creazione di cartoline</i>	

Cos'è Body Shining?

“Body Shining” è un progetto Erasmus + che mira ad ampliare e migliorare gli strumenti e le competenze nel campo dell'educazione non formale con 3 giovani a rischio di esclusione sociale, condividendo e combinando risorse, abilità, esperienze e buone pratiche. La nostra iniziativa nasce dalla manifestazione sempre più frequente dell'atto di Body-Shaming tra 3 giovani.

Qual è il nostro metodo?

Questo progetto, come ogni progetto Erasmus+ di questo tipo, si basa sullo scambio di metodi tra professionisti. Pertanto, anche questo progetto ha riunito professioniste di diversi settori. Élan Interculturel porta la sua esperienza su come riconoscere forme di discriminazione e dinamiche di potere; Animus sulla psicologia e sui meccanismi della vergogna; Atypical sull'inclusività. SMouTh porta la sua esperienza nelle arti dello spettacolo e MOH la sua esperienza nel connettersi con 3 giovani attraverso attività socioculturali.

Quali strumenti?

Prima di questo libro abbiamo prodotto tre manuali che includono una raccolta di testimonianze, mezzi per analizzare le discriminazioni legate al corpo e metodi creativi per riflettere su questo tema e responsabilizzare 3 giovani. Inoltre, abbiamo prodotto più di 20 video tutorial su questi diversi argomenti.

Vai a dare un'occhiata al nostro sito per maggiori informazioni!

www.bodyshining.eu



Dai uno sguardo anche al nostro canale YouTube!

Cos'è il body shaming?

Ciao carə Bodyshiner!

Speriamo tu stia bene oggi.

In questo manuale troverai gli strumenti per poter pianificare una campagna artistica sul tema del body shaming e soprattutto della body acceptance, utilizzando la creazione artistica. Capirai perché una campagna artistica è un ottimo strumento nella lotta contro il body shaming, in quanto si tratta di un tipo di discriminazione profondamente radicata nella rappresentazione e l'arte è un modo meraviglioso per interrogarsi e proporre nuove rappresentazioni!

Ad esempio, in Italia abbiamo analizzato la pubblicità con una classe di liceali e prodotto un video mentre in Grecia abbiamo lavorato per diverse settimane su una coreografia presentata in uno spazio pubblico.

Questo manuale contiene anche 10 attività che utilizzano diverse forme d'arte che puoi svolgere in gruppo per creare insieme una campagna artistica.

Non esitare a scoprire altre idee di attività di mediazione artistica nel nostro manuale "[Toolkit e laboratori artistici per la body acceptance](#)". I due manuali sono affini e alcune attività iniziano in quel manuale e continueranno qui. Ad esempio, "*Oltre le maschere*", di Animus, il nostro partner bulgaro, è un'attività che ti guida nell'andare oltre le maschere create nel contesto di un'altra attività chiamata "*Maschere*", esplorando la nozione di vergogna e usando il gioco di ruolo.

Il body shaming è un elemento comportamentale profondamente radicato nella nostra cultura, poiché è legato alle rappresentazioni della bellezza, specifiche di ogni cultura. Ogni individuo costituisce ciò che chiamiamo "quadri di riferimento" che guideranno la loro comprensione e analisi del loro mondo. Questo quadro di riferimento è profondamente radicato nella o nelle culture d'origine dell'individuo. (Consulta il nostro ["Toolkit per la prevenzione del Body Shaming"](#) per ulteriori informazioni su questo aspetto teorico). La cultura esiste in diversi ambiti della vita e su diversi livelli. Ad esempio, i codici culturali (compresi i sistemi di valori, ecc.) presenti nella tua famiglia potrebbero differire da quelli presenti nella società più ampia. A volte, la tua identità potrebbe darti una prospettiva diversa sui codici culturali dominanti.

Gli esseri umani tendono a semplificare la realtà poiché la costruzione cognitiva, in altre parole il nostro cervello umano, ci "codifica" nel tentativo di etichettare tutto. Organizziamo e diamo un senso alla vita mettendo elementi della realtà in diverse "scatole". Queste "scatole" esistono all'interno di intricate reti di storie/narrazioni interne che danno loro contesto, significato e naturalmente...valore. Lo storytelling è quindi fondamentale nella costruzione del significato sia a livello sociale che a livello individuale. Siamo costantemente impegnati a raccontarci storie sul nostro mondo, sul nostro ambiente e naturalmente su noi stessi...

Ad esempio, in alcune società, essere una persona magra potrebbe significare essere attraente, ed essere attraente potrebbe portare felicità, ed essere felici potrebbe essere l'obiettivo ultimo per quella società. Questo è ovviamente un sofisma nella sua forma più evidente. Ma le narrazioni su scala molto ampia (nel senso che possono essere comprese da molti) devono essere estremamente accessibili, affinché possano essere adottate da tale società e quindi manifestarsi sotto molteplici forme. Una delle manifestazioni di questa narrazione eccessivamente semplificata potrebbe essere appena accennata dal fatto che nella maggior parte dei film, i personaggi felici che vivono relazioni appaganti hanno un corpo magro.

Attualmente viviamo in una società delle immagini, dove la fotografia e il cinema della vita reale sono diventati i principali mezzi di comunicazione e rappresentazione. I nostri cervelli sono costantemente esposti a una moltitudine di immagini e, per organizzarle nuovamente, utilizziamo il "sistema delle scatole".

È importante capire che la produzione di queste immagini è guidata dalle tendenze e anche dal movimento su scala economica, in termini di quali scelte vengono fatte nell'industria. È interessante notare però che le immagini prodotte dall'industria provengono anche da immagini create da utenti comuni che fanno proprie le tecniche della fotografia e del cinema. Si tratta di una relazione interdinamica. L'ispirazione da parte dei grandi produttori di contenuti (case cinematografiche, canali televisivi, aziende, ecc.) è in costante confronto con ciò che viene creato dalle persone a cui si rivolge ed è influenzata dagli elementi sociali che hanno luogo nella società.

Ad esempio, per quanto riguarda la società occidentale, ci sono diversi fattori che hanno influenzato gli standard di bellezza negli ultimi anni. I movimenti sociali come quello della body positivity hanno influenzato gli standard di bellezza, poiché sempre più modelli di taglie forti o di varie origini etniche e persone con differenze fisiche sono rappresentati nell'industria della moda e nei media. Questo dimostra che la bellezza può assumere molte forme diverse.

I movimenti per l'accettazione di sé hanno anche influenzato gli standard di bellezza, poiché molte celebrità e influencer hanno incoraggiato le persone a concentrarsi sulla salute e sul benessere piuttosto che sull'aspetto esteriore. Il valore associato a queste figure pubbliche ha contribuito a rendere l'"autoaccettazione" un nuovo obiettivo apprezzato nella nostra società, conferendogli credibilità.

Infine, le innovazioni tecnologiche hanno anche influenzato i canoni di bellezza. Ad esempio, filtri e app di foto-ritocco hanno permesso alle persone di modificare la propria immagine online, creando standard di bellezza irrealistici. Tuttavia, alcuni strumenti tecnologici hanno anche contribuito a migliorare la qualità dei prodotti di bellezza e hanno permesso una maggiore personalizzazione.

Cos'è una campagna artistica?

La creazione di una campagna artistica sul tema del body shaming può essere un modo efficace per aumentare la consapevolezza, sfidare le norme sociali e promuovere l'accettazione del corpo. Ecco alcuni passaggi che puoi seguire per creare una campagna efficace:

Definisci il tuo messaggio

Qual è il messaggio specifico che vuoi trasmettere attraverso la tua campagna artistica? Vuoi sfidare gli irrealistici standard di bellezza imposti dai media? Vuoi evidenziare gli effetti nocivi del body shaming? Vuoi promuovere la body acceptance? Ecc.

È importante avere un messaggio chiaro e specifico che desideri comunicare attraverso la tua campagna.

Scegli il tuo mezzo

Esistono molti mezzi diversi che puoi utilizzare per la tua campagna artistica, come poster, post sui social media, murali, video, performance e altro ancora. Considera il messaggio che vuoi trasmettere e quale mezzo sarebbe più efficace per raggiungere il tuo pubblico target.

Sviluppa la tua opera d'arte

Dopo aver scelto il messaggio e il mezzo, è il momento di creare l'opera d'arte vera e propria. È un'opportunità per fare affidamento sulle risorse interne al tuo gruppo. Puoi anche lavorare con un'graficø o un'artista per creare le tue immagini e/o opere d'arte, oppure puoi farlo tu stessa se hai le competenze necessarie. Assicurati che la tua opera d'arte sia visivamente accattivante e comunichi il tuo messaggio in modo efficace.

Scegli i tuoi canali di distribuzione

Dovrai decidere come vuoi distribuire la tua opera d'arte. I social media sono un ottimo modo per raggiungere un vasto pubblico, ma puoi anche mostrare le tue opere d'arte in spazi pubblici. Puoi anche collaborare con organizzazioni che condividono il tuo messaggio per aiutare a diffondere la notizia.

Coinvolgi il tuo pubblico

Incoraggia il tuo pubblico a interagire con la tua campagna condividendo la tua grafica sui social media, utilizzando gli hashtag della tua campagna o persino creando la propria grafica da aggiungere al flusso. Prendi in considerazione l'idea di organizzare un concorso o un omaggio per incentivare la partecipazione e generare più fermento attorno alla tua campagna.

Nel complesso, la creazione di una campagna artistica sul tema del body shaming è un modo efficace per promuovere l'accettazione del corpo e sfidare le norme sociali dannose.



*Ecco le campagne
artistiche che abbiamo
realizzato!*

Larissa
danza

Sofia
maschere

Belfast
performance

Bari
video

Parigi
film



*Larissa,
Grecia*

«È stato davvero bello invitare personalmente altre persone, anche se quando lo abbiamo fatto mi sono sentito a disagio, ma allo stesso tempo ho sentito che era molto importante. Ecco perché ero così felice che ci fossero persone. È stato come se la gente ci avesse seguito e ascoltato. »

di Smouth



SMouTh e 3 giovani di Larissa hanno creato una breve performance (della durata di circa 20 minuti) che ha unito danza e teatro e affrontato il tema del body shaming. Il gruppo ha condiviso idee, opinioni ed esperienze e ha creato testi, coreografie e immagini di scena che evidenziano gli stereotipi sul corpo e sui comportamenti di body shaming, nonché i sentimenti delle persone che li vivono nel quotidiano. La decostruzione dello sguardo giudicante, del consumismo e degli ideali di bellezza sono stati centrali nell'atto performativo.

Incontri e laboratori settimanali di oltre 12 partecipanti (giovani e youth worker con un interesse per la danza) per un periodo di 2 mesi e mezzo sono stati il luogo per fare brainstorming, discutere, elaborare idee e trasformarle artisticamente in uno spettacolo di teatro-danza, sotto il coordinamento e la supervisione artistica di **Despoina Bounitsi**.

Interesse a Larissa

Il gruppo ha diffuso l'invito alla performance e quindi alla campagna artistica, distribuendo adesivi prodotti appositamente, con il titolo della campagna e il link al sito del progetto, nonché discutendo direttamente con loro dell'argomento. Dimitra Zacharouli e Lydia Pantziou si sono impegnate a invitare ufficialmente youth worker, assistent3 sociali, organizzazioni e gruppi artistici (visitando alcuni uffici e inviando più di 30 e-mail di invito), nonché a diffondere la notizia alla stampa locale.

Lo spettacolo si è tenuto il 30 maggio, nel contesto della *Giornata Mondiale della Danza (29/5)*, mettendo simbolicamente in scena un gruppo di danza per contrastare gli stereotipi legati al corpo.

Più di 200 persone, tra artist3, youth worker, educatori ed educatrici, famiglie con bambin3, giornalist3 e persone disabili, si sono riunite nel cortile dell'edificio del Mulino Pappas per assistere allo spettacolo, creando un'atmosfera vivace e dimostrando che il tema del body shaming è di grande interesse per la città di Larissa.





«Nell'ultimo anno sono successe molte cose brutte nella mia vita e ho passato un periodo difficile. Dopo il giorno della performance mi sembra di essere ripartita. È stato così bello e così potente che mi sono sentita più forte. Inoltre, mi sento come se fossimo legati anche come squadra. Non avevo mai fatto parte di qualcosa che fosse artistico e che avesse anche un messaggio di vita così forte.»



*Guarda qui il video della
campagna artistica di
Larissa!*



*Bari,
Italia*

*«Ho imparato a valorizzarmi di più e a non
dar a importanza ai giudizi delle altre
persone. »*

di MOH



Lo scopo della nostra campagna artistica è stato far liberare 3 giovani dai giudizi delle altre persone e facilitare l'accettazione del loro corpo. Per questo, il processo prevedeva prima la scrittura su scotch carta di parole o frasi legate al loro corpo, dette da altre persone, sia in positivo che in negativo.

Successivamente, hanno attaccato queste parole sul loro corpo e, infine, hanno compiuto un atto di liberazione, rimuovendo il pezzi di scotch dal loro corpo e liberandosi così dai giudizi delle altre persone.

3 ragazz3 hanno scelto di applicare i pezzi di scotch con i commenti negativi sulla schiena. Dopodiché, un'è compagne andava verso di loro e rimuoveva le parole negative per sostituirle con quelle positive.



Questo atto finale, da parte di un'è loro compagne, è stato interpretato direttamente come una forma di conforto, ascolto e sostegno reciproco.

«Penso sia davvero un'opportunità rara e avvincente partecipare a questi progetti. Io ho riflettuto di più su me stessa e ho conosciuto gli altri, capendo così che non sono l'unica che a volte si sente sbagliata anche se non è così.»

La nostra campagna artistica è stata co-creata insieme a tutti i 3 giovani partecipanti. Infatti l'idea è partita da loro. Le registrazioni sono state effettuate durante il workshop stesso e infine, unendo tutti i video, ne abbiamo realizzato uno finale, condivisibile sui social.



*Guarda qui il video
della campagna
artistica di Bari!*





Sofia, Bulgaria

*« Le maschere fanno parte della mia quotidianità,
solitamente mi trucco, ed è interessante vedere quanti
diversi significati si possano dare a ciascuna di esse »*

di Animus



La campagna di Animus si è incentrata sul tema dell'accettazione del corpo, all'insegna dello slogan «*Oltre le maschere*». L'obiettivo era quello di stimolare 3 giovani a riflettere sul modo in cui percepiscono sé stessi; fino a che punto si accettano; quali mezzi usano per nascondere quegli aspetti che meno apprezzano o che pensano che la società non possa approvare.

Le attività della campagna si sono svolte nell'arco di diversi mesi. Si è formata una squadra di giovani, supportati da youth worker. Due volte al mese si tenevano riunioni regolari con loro. Fin dall'inizio, il gruppo di lavoro è stato introdotto al tema del body shaming e la ricerca fatta finora grazie alle attività del team «Body Shining».

Si sono svolte discussioni con il gruppo di lavoro, workshop che hanno sviluppato le pratiche artistiche di questo manuale e idee su come il messaggio potesse raggiungere al meglio altri 3 giovani. Il team ha deciso di implementare l'idea di una mostra interattiva, con una riflessione sull'esperienza guidata e stimolata da youth worker.

Durante il periodo di lavoro si sono svolti anche laboratori con 3 giovani per poter realizzare le opere da inserire nella mostra finale. Le persone sono riuscite a trasformare le loro storie ed esperienze legate al corpo e aspetto in un'opera. Hanno assunto ruoli diversi, usato maschere diverse e arricchito le loro conoscenze ed esperienze sul modo in cui trattano il corpo.

Il team è stato inoltre invitato alla partecipazione di un festival di salute mentale che si tiene in diversi istituti giovanili in tutta Sofia. Qui si è svolta la mostra finale interattiva, installata in un giorno, al quale hanno partecipato oltre 120 persone, per lo più giovani, youth worker e genitori.

I prodotti realizzati sono stati esposti in una location centrale. Ognuno ha potuto toccare le maschere create, pensare a cosa evocano, riflettere sulle proprie associazioni e sentimenti per quanto riguarda l'aspetto e l'atteggiamento in relazione al corpo (altrui e proprio), le maschere utilizzate nella vita di tutti i giorni e la loro funzione.



«Le maschere fanno parte della mia quotidianità, solitamente mi trucco, ed è interessante vedere quanti diversi significati possano dare a ciascuna di esse»



Guarda qui il video della campagna artistica di Sofia!



*Parigi,
Francia*

*« Quando oso affrontare la mia vergogna e
ne parlo attraverso una creazione, mi sento
più forte. »*

di Élan Interculturel



La campagna artistica condotta a Parigi si è svolta in tre giorni ed era basata sull'idea di creare un gruppo molto coeso di partecipanti al fine di sostenere ciascuno di loro nell'esplorazione di temi intimi legati all'esperienza personale del proprio corpo.

Nel corso del primo giorno, abbiamo sviluppato una “carta della sicurezza” come gruppo, per stabilire regole comuni e creare un clima di fiducia per ciascun partecipante. Successivamente, abbiamo svolto esercizi per definire norme e standard di bellezza legati al tema della body acceptance. L'obiettivo era poi quello di creare un autoritratto attraverso il disegno e identificare gli aspetti della propria vita e del proprio corpo che sono importanti per noi, o che, al contrario, ci fanno vergognare.

Questo laboratorio di mediazione artistica ha permesso a 3 partecipanti di raccontare una storia propria e inventare alter ego che avrebbero modificato il racconto grazie alla loro diversa personalità. Abbiamo anche discusso del lavoro di Cindy Sherman, una fotografa americana che si occupa di autoritratti. Avevamo stampato in precedenza alcune delle sue opere per presentarle a 3 partecipanti in modo che potessero interrogarsi sull'aspetto sovversivo di un personaggio che si crea e raccontare la propria storia attraverso un alter ego.





Abbiamo appeso le immagini al muro in modo che le persone potessero guardarle e sceglierne una. Successivamente, il loro compito era di creare una registrazione audio in cui presentavano la fotografia in base a ciò che il personaggio suscitava in loro. Abbiamo ascoltato insieme ogni registrazione audio e analizzato le strategie di narrazione presenti nelle loro storie: chi narrava, in quale luogo, in quale contesto, ecc.

Lo scopo di questi elementi era interrogare 3 partecipanti sulle diverse possibilità che ci sono per raccontare una storia e per creare un personaggio. Successivamente, abbiamo chiesto a 3 partecipanti di crearne uno collegato ai loro alter ego e inventare un monologo legato all'accettazione del corpo, alle norme di bellezza, ecc., che potesse essere incarnato da questo personaggio immaginario. Infine, sono stati accompagnati nelle diverse idee per la messa in scena del loro cortometraggio e il team di Élan ha filmato quando erano pronti a recitare.



I nomi dei partecipanti/registi della campagna sono: Han, Afaq, Eliot, Maxens, Catherine, Dominique, Alexandre, Sohrab e Clara.

In conclusione, abbiamo co-sviluppato la campagna artistica insieme a 3 giovani partecipanti al laboratorio. Durante il workshop, abbiamo registrato 8 diversi cortometraggi che abbiamo successivamente presentato al pubblico il 1° luglio, in collaborazione con una mostra sul tema del corpo e degli stereotipi.



« Non dimenticherò che ho una grande creatività che si è manifestata attraverso la creazione del mio personaggio e persino la storia che ho inventato sugli autoritratti di Cindy Sherman. Non dimenticherò neanche tutte le belle personalità che ho incontrato. »



Guarda qui il video della campagna artistica di Panigi!



*Belfast,
Irlanda*

*« Mi ha aiutato ad iniziare a pensare a modi
per accettare i complimenti. »*

di University of Atypical



La campagna di University of Atypical si è concentrata sul tema della body acceptance. 3 partecipanti coinvolti erano un mix di giovani di età compresa tra i 18 e i 30 anni e youth worker e mediatrici/tori artistic3.

La campagna prevedeva un laboratorio di arte visiva che includeva la creazione di corone, costumi e cartoline con messaggi di body acceptance. L'idea alla base della creazione di corone e costumi era sovvertire l'idea tradizionale del concorso di bellezza e degli stereotipi legati alla moda, scrivendo slogan orientati verso la body acceptance.

Le corone e i costumi erano pensati per sostenere 3 partecipanti nel pensare in modo creativo e decidere quale messaggio volessero trasmettere. Le cartoline sono state poi utilizzate come azione per promuovere la body acceptance tra altre persone, poiché venivano distribuite da3 partecipanti ad altre organizzazioni.





L'intero processo ha permesso a 3 giovani e a youth worker di riflettere sull'accettazione del corpo e sui messaggi che avrebbero voluto trasmettere ad altre persone. Oltre al laboratorio, University of Atypical ha creato delle cartoline e ha introdotto un'esperienza interattiva nella galleria, chiamata 'Prendine una, creane una.' L'obiettivo era che il pubblico prendesse una cartolina con un messaggio di accettazione del corpo e poi fosse coinvolto nella creazione di una propria.

« Una campagna artistica può diventare molto creativa e generare nuovi o diversi ricordi positivi sui corpi. Essere coinvolti nel processo creativo, creare le cartoline, per la campagna lo ha reso più significativo, soprattutto sapendo che le carte sarebbero state poi diffuse. »



Guarda qui il video della campagna artistica di Belfast!





Le attività !

Coreografie

Cinematografia

*Produzione di
maschere*

Performance



Dal brainstorming alla sceneggiatura

Che cos'è?

L'attività prevede 3 fasi attraverso le quali un gruppo può iniziare a realizzare un'azione artistica, come una performance di arte contemporanea. Si tratta di una fase preparatoria importante in cui il gruppo, partendo da zero, arriva attraverso una collaborazione e diverse discussioni, a una prima sceneggiatura, a una prima struttura di un progetto artistico prima di iniziare le prove e la sintesi delle arti (musica, coreografia, testo). È un processo che definisce il quadro, l'estetica e le scelte del gruppo, riunisce idee e obiettivi e crea le prime immagini sceniche condivise.

Inoltre, è un processo che aiuta il gruppo a connettersi con il tema, esprimere il proprio punto di vista e contribuire al risultato finale. Utilizzando il dialogo creativo, l'espressione spontanea, facendo domande e raccogliendo pareri, si crea gradualmente un racconto pronto per l'elaborazione artistica.



Mezzo artistico

Brainstorming da utilizzare in qualsiasi disciplina delle arti performative



Organizzazione partner

Synergy of Music Theatre



N. di partecipanti

Qualunque



Autrice

Despoina Bounitsi



Durata

3 ore



Attrezzatura

fogli, penne, pennarelli, post-it, lavagna



Risultati di apprendimento

Questa attività:

- Stimola il pensiero spontaneo e l'immaginazione
- Aiuta a comprendere meglio l'argomento
- Aiuta ad acquisire una visione comune sull'argomento
- Aiuta a decidere l'obiettivo e il messaggio principale della performance
- Identifica i bisogni del gruppo (pratici, materiali e teorici)
- Crea materiale per la creazione della performance e definisce i prossimi passi

Questa attività definisce la struttura di base di una campagna/performance, dal punto di vista dei contenuti e anche dal punto di vista estetico, in modo collettivo e inclusivo.

Step dell'attività

Step 1: 1 ora

Chiedi al gruppo di dirti spontaneamente qual è il loro primo pensiero quando sentono il termine body shaming e fallo scrivere su un foglio. Sulla base di questo, puoi quindi iniziare un secondo processo, appuntando sulla lavagna le parole rilevanti per l'argomento, mentre vengono raccontate dal gruppo. Prova quindi a raggruppare queste parole, suddividendole in diverse categorie.

Step 2: 1 ora

In sottogruppi, discuti le singole categorie e collegale a immagini e situazioni, reali o immaginarie, che potrebbero far parte di una performance, evidenziando il tema.

Step 3: 1 ora

In sottogruppi 3 partecipanti discutono su come queste immagini potrebbero essere rappresentate come scene e immaginano che tipo di media artistici (danza, testi, musica) potrebbero usare. Mettendo in ordine tutte quelle idee/immagini, avrai una prima bozza della sceneggiatura del vostro prossimo spettacolo!

Debriefing

Questo processo può essere essenziale, poiché collega 3 partecipanti tra loro per un obiettivo comune e per i seguenti argomenti:

- Consapevolezza del fenomeno del body shaming
- Riconoscimento di comportamenti stereotipati in noi stessi e in coloro che ci circondano
- Possibili soluzioni

Prestare attenzione a

Prestare attenzione alla sicurezza che il gruppo deve sentire per potersi esprimere liberamente in caso di eventuali disaccordi che possono sorgere.

C'è il rischio che il gruppo possa essere tentato a protrarre la discussione e la condivisione, che è molto importante, ma dovresti fornire tempi definiti, per poter affrontare con calma anche le fasi successive.



Dalla sceneggiatura al palcoscenico

Che cos'è?

Questo processo è composto da tre fasi e porta alla creazione di una performance da un'idea/sceneggiatura già strutturata, al risultato finale che è la presentazione al pubblico. Si basa su un processo precedente che ha prodotto una sceneggiatura, delle idee sceniche e mezzi artistici da utilizzare (vedi attività "Dal brainstorming alla sceneggiatura").

Include strumenti e percorsi in cui, utilizzando le idee base della sceneggiatura, è possibile creare personaggi, ruoli e testi o trasformare queste idee in movimento attraverso la composizione di una coreografia. Una volta completato questo step, è necessario chiarire l'organizzazione dello spazio, l'ordine e le transizioni. Successivamente vanno effettuate numerose prove per risolvere problemi tecnici e familiarizzare con tutti i mezzi utilizzati.



Mezzo artistico

Danza, discorso, visualizzazione, improvvisazioni cinetiche e verbali



Organizzazione partner

Synergy of Music Theatre



N. di partecipanti

Qualunque



Autrice

Despoina Bounitsi



Durata

7 - 10 ore



Attrezzatura

Accesso a Internet, computer, casse e microfono



Risultati di apprendimento

Questo processo aiuta 3 partecipanti alla creazione della campagna artistica: ad approfondire l'argomento, ad esprimersi attraverso mezzi artistici, a costruire una coerenza di gruppo.

Step dell'attività

Step 1: Studio delle condizioni (1h)

Prima di iniziare a creare i contenuti con il tuo gruppo, sarebbe utile avere la sceneggiatura a portata di mano per conoscere o decidere le condizioni della presentazione, come ad esempio il luogo in cui avrà luogo, l'orario della giornata, le esigenze di attrezzature, ecc., al fine di includere queste informazioni nella creazione.

Esempio: Se la presentazione avviene in uno spazio pubblico, forse la coreografia non dovrebbe includere movimenti a terra e 3 partecipanti dovrebbero indossare scarpe da ginnastica per garantire la loro sicurezza.

Step 2: Creazione del materiale artistico (4-6h)

Parte 1 - Creazione della coreografia (2-3 ore)

Uno strumento utile consiste nel cercare di collegare parole chiave ai movimenti o cercare di descrivere un'idea, energia o emozione attraverso il movimento. In realtà, in questo modo il tuo gruppo può trattare il movimento come un linguaggio, come se stesse cercando di parlare con qualcunə, rispondere a domande, avere un dialogo o raccontare una storia. Uno strumento per farlo può essere ad esempio l'attività "*Ballare con me stessa*" del nostro [manuale precedente](#). È necessario attingere all'immaginazione, alla creatività e all'espressione spontanea. A volte può essere utile precedere questo processo con una meditazione guidata che liberi il corpo e la mente, permettendo al corpo di creare movimenti. Un esempio di questa categoria può essere trovato nell'attività "*Luce danzante*" del nostro [manuale precedente](#). Mettendo queste idee di movimento in sequenza e lavorando con diverse modalità (velocemente, lentamente, intensamente, con calma, con movimenti ampi, piccoli movimenti) è possibile comporre passo dopo passo una coreografia. Le idee della sceneggiatura e le parole caratteristiche costituiscono quindi il materiale principale.

Parte 2 - Creazione di testi (2-3 ore)

La creazione di testi è un processo di scrittura creativa in cui, data una condizione, puoi chiedere al tuo gruppo di scrivere su qualsiasi argomento. Elenchiamo qui alcuni esempi che possono portare direttamente alla scrittura di testi su argomenti come il body shaming:

- Cosa riesci a sentire intorno a te? *Esempio: espressioni di body shaming.*
- Cosa diresti a unə amicə su... (*sull'argomento del body shaming*).
- Cosa pensi quando ti trovi (*in un luogo rilevante all'argomento principale*).

Step 3: Comporre una nuova estetica (2-3h)

Nella fase finale, la persona responsabile, agendo come regista o coreografo, dovrebbe essenzialmente - con l'aiuto del gruppo - comporre e unificare il materiale artistico creato, seguendo le idee e la struttura della sceneggiatura. In altre parole, creare anche importanti transizioni che aiuteranno lo spettatore a seguire l'azione e il messaggio. Queste transizioni, combinate con l'immagine visiva dello spettacolo e i fattori che creano l'atmosfera (oggetti di scena, illuminazione, costumi, musica), formano un'estetica. Successivamente, saranno necessarie più o meno prove per standardizzare la performance e creare fluidità e sicurezza performativa.

Debriefing

Questo è un processo abbastanza tecnico ma molto importante per comunicare il messaggio chiave del progetto. L'eccellenza tecnica dei mezzi artistici potrebbe non essere il punto focale, ma è utile cercare di garantire il miglior risultato possibile.

Dopo la presentazione della performance, dovrebbe seguire una valutazione generale con tutto il gruppo.

Prestare attenzione a

Sentiti libero di modificare la tua sceneggiatura originale se i testi e le coreografie ti conducono a idee più interessanti.





Le rappresentazioni dei corpi nella pubblicità

Che cos'è?

L'attività consiste nel prendere delle riviste e analizzare gli annunci pubblicitari presenti al loro interno. 3 partecipanti analizzeranno come prima cosa quanti corpi non conformi e conformi vedono nelle pubblicità delle riviste. A questo esercizio seguirà una discussione di gruppo su come queste immagini pubblicitarie influenzano la percezione e gli stereotipi che abbiamo, e se influenzano anche la percezione che abbiamo dei nostri corpi.



Mezzo artistico

Analisi dell'immagine,
Mindfulness



Organizzazione partner

MOH



N. di partecipanti

10-20



Autrice

Eleonora Schulze-Battmann



Durata

40 min



Attrezzatura

Riviste, Penne/Pennarelli
Fogli di carta



Risultati di apprendimento

- Consapevolezza delle pubblicità che ci circondano
- Consapevolezza di come la società sia realmente rappresentata nelle pubblicità
- Riflessione su come le pubblicità influenzino il modo in cui percepiamo i nostri corpi
- Riflessione su come le pubblicità rafforzino gli stereotipi che abbiamo sui corpi

Perché l'analisi delle immagini pubblicitarie?

Questa attività contribuisce a tutto il processo di riflessione sul body shaming e sulla body acceptance, un passo importante verso la co-creazione della campagna artistica.

Per la nostra campagna, abbiamo chiesto direttamente a 3 giovani di dare il loro contributo e le loro idee per lo sviluppo. **È estremamente importante che a 3 giovani venga data la libertà di sviluppare le proprie idee, celebrare chi sono e ciò che sanno e comunicare le cose a cui tengono, come forma di arte partecipativa.**

Le pubblicità e i media in generale creano l'impressione che le immagini che percepiamo siano autentiche e riflettano costantemente l'aspetto delle persone ritratte. L'analisi dei media aiuta a capire che le immagini idealizzate presentate sono spesso pesantemente modificate e non riflettono la diversità e le variazioni naturali dei corpi reali. **Analizzando le pubblicità, 3 giovani possono sviluppare un'immagine positiva del proprio corpo, coltivare l'auto-accettazione e resistere alle pressioni degli irreali standard di bellezza perpetuati dai media.**

Step dell'attività

Step 1: 5 min

Dividi il gruppo in sottogruppi utilizzando i nomi di frutti. Ad esempio, se siete in 12, crea 4 gruppi da 3 persone. Assegna a ciascuna persona un nome di frutta, come ananas, mango e fragola, e ripeti fino a quando tutti sono assegnati ad un frutto. In questo modo, sarà più facile creare gruppi eterogenei. Ora distribuisci a ciascun gruppo una rivista.

Step 2: 15 min

Ora i gruppi hanno 15 minuti per sfogliare l'intera rivista e chiedete loro di scrivere su un foglio (uno per gruppo) il risultato numerico di quante persone rappresentate nelle pubblicità hanno corpi non conformi (non bianchi, disabili, taglie forti, ecc.) e quante hanno invece corpi conformi (pelle liscia, pelle bianca, corpo magro, ecc.).

Step 3: 20 min

Inizia una riflessione e discussione di gruppo, seguendo queste domande in ordine:

1. Quante persone 'perfette' avete identificato, rispetto a quelle non conformi?
2. Secondo voi, questo è un indicatore di come la società è realmente rappresentata?
3. Influenza il modo in cui percepiamo i nostri corpi?
4. Secondo voi, rafforza gli stereotipi che abbiamo sui corpi in generale?

Prestare attenzione a

Quando scegli la rivista da distribuire, tieni in considerazione l'età del gruppo. Cerca di scegliere riviste che comprerebbero (e leggerebbero) anche loro stessi, in modo che possano riflettere più a fondo sulla questione.

Riferimenti

Ispirato da: Women's Health Clinic - Body Image workshop kit





Ciò che ammiri nelle altre persone vs. ciò che hai

Che cos'è?

L'attività consiste nel pensare prima alle qualità che si ammirano in altre persone e poi prendere queste qualità e riflettere su quanto siano presenti in noi stessi. L'obiettivo è far riflettere 3 partecipanti sulla reale differenza tra ciò che vogliono essere e ciò che ammirano nelle altre persone, rispetto a ciò che sono/hanno. Qual è la loro immagine di sé?

È importante che 3 giovani riflettano su ciò che ammirano in altre persone rispetto a ciò che hanno per promuovere l'auto-accettazione ed evitare confronti dannosi. Concentrandosi sulle proprie qualità e punti di forza unici anziché fissarsi sull'apparenza esterna, 3 giovani possono coltivare un senso di autostima e sviluppare un'immagine positiva del proprio corpo.



Mezzo artistico

Scrittura e analisi,
Mindfulness



Organizzazione partner

MOH



N. di partecipanti

Massimo 20



Autrice

Eleonora Schulze-Battmann



Durata

60 min



Attrezzatura

Lavagna/Lavagna a fogli
Penne/pennarelli



Risultati di apprendimento

- Consapevolezza dell'immagine di sé (come ci vediamo)
- Riflessione sul divario tra le qualità ammirate in altre persone e le qualità che possediamo
- Pensiero positivo

Step dell'attività

Step 1: 10 min

Inizia con un'attività per rompere il ghiaccio/conoscersi (se necessario): assicurati che 3 partecipanti si sentano in uno spazio sicuro per la condivisione.

Step 2: 5 min

Scrivi su una lavagna le seguenti caratteristiche/frasi:

- Buoni voti a scuola
- Ha denaro/oggetti
- Si veste bene
- Intelligente
- Bellə
- Divertente/con senso dell'umorismo
- Bravə in arte, musica e/o danza
- Attraente per il sesso opposto
- Popolare/con molti amici
- Mature
- Bravə nello sport
- Amatə da insegnanti
- Premurosə o sensibile
- Sanə o forte
- Non ha paura di genitori/insegnanti
- Non influenzatə da ciò che le altre persone dicono/pensano
- Altro (puoi aggiungerne altri, in base alla tipologia del gruppo)

Step 3: 10 min

Dai al gruppo 10 minuti per scegliere 5 (o più) delle caratteristiche/qualità scritte, che ammirano di più in amic3/compagn3 di classe/altre persone.

Step 4: 15 min

Ora dai a3 partecipanti 10 minuti per prendere le 5 qualità scelte, e chiedi loro di dare un voto da 1 a 10 su quanto pensano che queste qualità siano presenti in loro. 1 corrisponde al minimo, mentre 10 è il massimo. Hanno 15 minuti per riflettere su questo.

Step 5: 20 min

Invita 3 partecipanti a esprimere i loro pensieri e sentimenti attraverso la scrittura. Possono riflettere sulla loro immagine di sé (come si vedono), su ciò che ammirano negli altri e su come vorrebbero essere. (Se c'è qualcunə che non si sente a suo agio nella scrittura, puoi suggerire loro di disegnare).

Step 6: 10 min

Ora è il momento della condivisione. Chiedi a 3 partecipanti di condividere i loro pensieri o ciò che hanno creato.

Debriefing

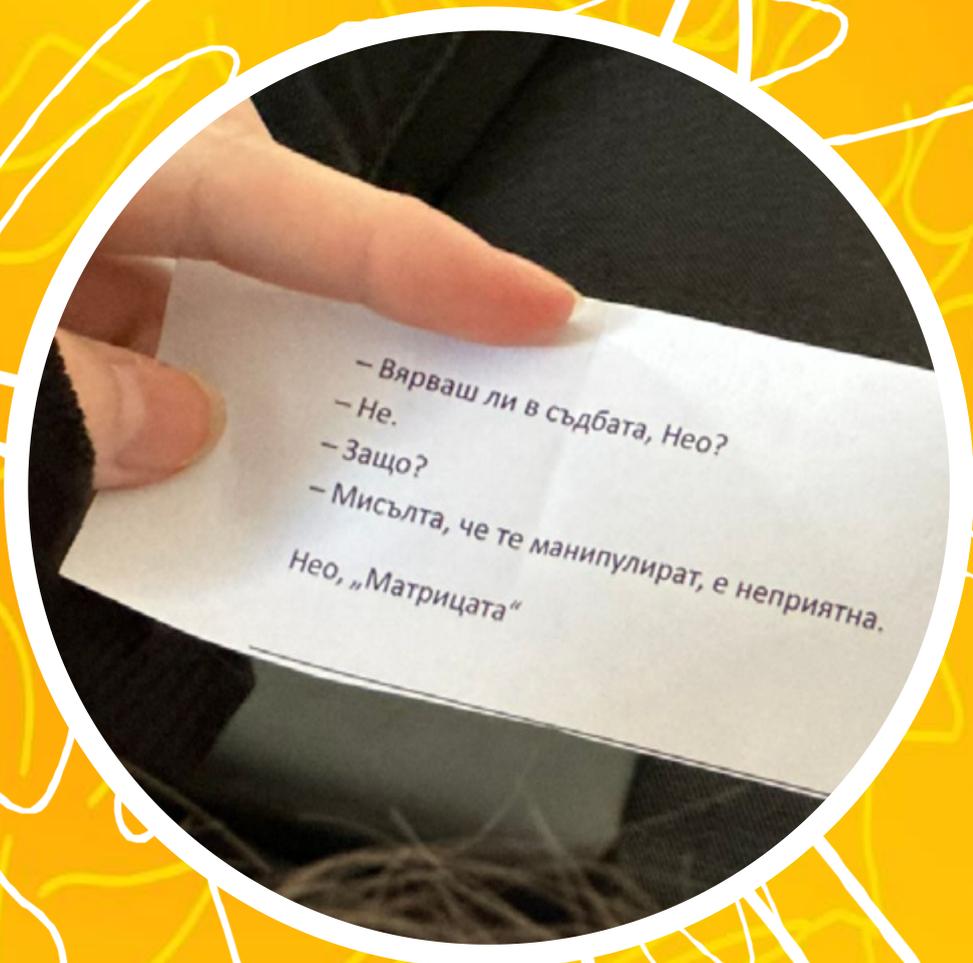
Domande utili per il debriefing e per la valutazione:

- Cosa avete provato durante il processo?
- Cosa intendiamo per “immagine di sé”? (come ci vediamo)
- Qual è la nostra “immagine ideale di sé”? (come vorremmo essere; le qualità che ammiriamo nelle altre persone)
- C'è un grande divario tra come vorresti essere e come ti vedi?
- Pensi che ci sia una grande differenza tra le qualità che ammiri e le qualità che possiedi?

Riferimenti

Adattamento da MediaSmarts



A hand is holding a small white piece of paper with a dialogue from the movie 'The Matrix'. The paper is held against a dark background. The text on the paper is in Bulgarian. The background of the entire image is a bright yellow-orange gradient with white line-art drawings of hands and leaves. A large white circle frames the paper.

– Вярваш ли в съдбата, Нео?
– Не.
– Защо?
– Мисълта, че те манипулират, е неприятна.
Нео, „Матрицата“

Contro-argomentazioni per l'"hate speech"

Che cos'è?

Questa attività si basa sull'idea che anziché aggrapparsi ai nostri sentimenti primordiali in un incidente che coinvolge "l'hate speech" (discorso di odio), possiamo cercare di pensare oltre l'offesa iniziale e consentire interpretazioni diverse. È un modo per affrontare il problema attraverso un proprio contro-discorso e assicurarsi che l'odio non sia la narrativa dominante. A tale scopo, a3 partecipanti verranno presentate alcune testimonianze raccolte da tutte le organizzazioni partner come parte del [libro sul Body Shaming](#).

Nella prima fase, verrà chiesto di rivedere e classificare i commenti di odio in categorie basate sulle somiglianze/gruppi target. Nella seconda fase, 3 partecipanti saranno incoraggiati a riflettere e discutere sulle categorie che hanno creato, prendendo in considerazione le motivazioni dei discorsi di odio. Esplorando come si formano gli stereotipi e i pettegolezzi pubblici riguardo a fenomeni specifici (ad esempio, la grassofobia, il razzismo, l'invalidità), 3 partecipanti acquisiranno una migliore comprensione delle radici del problema, fondamentale per dare forma a nuove risposte.

Sulla base della discussione, nella terza fase a3 partecipanti verrà chiesto di pensare a contro-argomentazioni, reazioni paradossali e qualsiasi altro modo di trasformare/destabilizzare le categorie dell'"odio". L'idea principale è che sia più probabile che sfidare le narrazioni porti alla deradicalizzazione piuttosto che ignorarle, censurarle o rispondere con discorsi di odio.

Nella quarta fase, a3 partecipanti verrà chiesto di scegliere e creare qualsiasi forma di opera d'arte (visiva/sonora) che comunichi l'idea di destabilizzare le ideologie d'odio attraverso commenti contrari.

Perché il gioco di ruolo?

Le nostre percezioni sono offuscate dalle insicurezze, dagli insulti e dalle esperienze negative vissute in precedenza. Spesso reagiamo in modo eccessivo quando le parole sono inappropriate o invadenti, il che può spingerci ulteriormente a interiorizzare commenti offensivi. La diffusione del 'discorso di odio', la mancanza di un quadro giuridico e i crescenti dibattiti sulla libertà di espressione richiedono risposte più incisive per costruire resilienza e assistere coloro che ne sono colpiti. Lo scopo di questa attività è affrontare i pregiudizi e l'intolleranza e costruire una resistenza attraverso una campagna artistica che potenzialmente può raggiungere un pubblico più ampio.



Mezzo artistico

Arte visiva/Arte sonora



Organizzazione partner

Animus Association



N. di partecipanti

6-12



Autrici

Elena Golemeeva e
Margarita Rafailova



Durata

5-6 ore



Attrezzatura

PC/laptop, stampante,
carta, materiali diversi per
arte e artigianato,
testimonianze del [libro sul
body shaming](#), che
includono discorsi d'odio



Risultati di apprendimento

- Imparare ad affrontare le situazioni con equanimità e pace come strumenti per una migliore consapevolezza di sé e autogestione.
- Imparare ad analizzare e comprendere le radici delle ideologie sul body-shaming.
- Riflettere sull'"*hate speech*" oltre l'offesa iniziale, consentendo diverse interpretazioni.
- Sottolineare la necessità di contrastare l'odio in modo olistico.
- Promuovere l'accettazione trasformando affermazioni offensive in contro-argomentazioni intelligenti, satiriche, divertenti e paradossali.

Step dell'attività

Step 1: 15 min

Utilizza un'attività di riscaldamento che non sia correlata all'argomento principale del workshop. Qualcosa di semplice ed energico per "scaldare" 3 partecipanti e coinvolgerli nell'attività di gruppo. Se le persone non si conoscono tra loro, l'esercizio può includere il conoscersi reciprocamente (ad esempio, "Due verità e una bugia"). L'obiettivo è far sì che 3 partecipanti si conoscano in modo facile e divertente, creando un ambiente positivo.

Step 2: 30 min

Introduci l'argomento del Body shaming attraverso il tema del "hate speech". Poi inizia una discussione generale sulle convinzioni, l'atteggiamento e/o l'esperienza del gruppo riguardo al "Discorso d'odio".

Step 3: 2 ore

Fase 1 : 30 min

Presenta al gruppo le testimonianze personali pubblicate nel [libro del Body-shaming](#). Una volta che 3 partecipanti hanno familiarizzato con i contenuti, chiedi loro di creare categorie e raggruppare le testimonianze in base alle analogie.

Fase 2 : 20 min

Una volta individuate le categorie, invita 3 partecipanti ad analizzare i discorsi d'odio riflettendo sull'ideologia, la causa principale, l'origine e le circostanze attuali in cui tali comportamenti si manifestano. Pertanto, è importante considerare gli episodi di body-shaming come sintomi di un problema molto più profondo. Per una discussione più profonda, le/i facilitatrici/tori dovrebbero partecipare e guidare il processo, puntando ad un'analisi più approfondita.

Fase 3 : 30 min

Dopo che il gruppo ha acquisito una migliore comprensione delle radici del problema, basata sulle categorie designante, chiedi loro di cercare di trasformare gli episodi. In questa fase è importante che 3 partecipanti rimangano obiettivi e affrontino il compito con equanimità e serenità, in modo da potersi concentrare sulla creatività, combattere l'odio in modo olistico ed evitare il coinvolgimento emotivo.

Durante questa fase, le/i facilitatrici/tori dovrebbero consentire al gruppo di generare idee liberamente, senza interruzioni o guide. Una volta che il processo di brainstorming ha raccolto abbastanza idee, le/i facilitatrici/tori possono aiutare a sviluppare risposte ben formulate, divertenti e positive agli episodi di body-shaming.

Fase 4 : 30 min

Questo punto è cruciale per creare un impatto. 3 partecipanti devono pensare, discutere e raggiungere un'idea comune su come presentare i commenti d'odio e le contro-argomentazioni in modo da sfidare la narrativa dell'odio. È importante che tutti lavorino come gruppo e creino una sola opera collettiva anziché pezzi separati. Nel caso ci siano prodotti finali multipli, è fondamentale che siano collegati e uniti dalla stessa ideologia.

Step 4: 15 min

Discussione: Una volta completato il prodotto finale, la/il facilitatrice/tore avvierà una discussione sull'intero processo e sulla logica alla base della creazione dell'opera d'arte.

Step 5: 5 min

Alla fine, a3 partecipanti verrà chiesto di condividere la loro esperienza del workshop, riflettendo sulla propria partecipazione e sull'interazione di gruppo.

Debriefing

Feedback dei3 partecipanti al termine dell'attività attraverso una discussione aperta.

Prestare attenzione a

Invita 3 partecipanti a riflettere sul prodotto finale considerando le persone con disabilità visive e discutete su come il suono e gli altri sensi possano essere implementati.

Riferimenti

<https://www.bodyshining.eu/wp-content/uploads/2022/09/Body-Shining-IO1-IT.pdf>



Oltre le maschere

Che cos'è?

L'attività arricchisce la pratica artistica del "[Toolkit per la body acceptance](#)", "Maschere" e consente una comprensione e riflessione più profonde.

L'attività prevede giochi di ruolo con maschere scelte o create dai partecipanti.

Come sappiamo, il body shaming e la body acceptance sono strettamente interconnessi. La vergogna è qualcosa che ci fa sentire esposti, in mostra, osservati, giudicati. A volte comporta nascondersi dalle altre persone e non ammettere a noi stessi alcune delle caratteristiche che non ci piacciono. Spesso usiamo delle "maschere", che servono come copertura per pensieri e azioni, uno scudo o una barriera, ci fanno sentire più sicuri, sono utilizzate come mezzo di espressione, un supporto per condividere la nostra posizione, ecc. L'accettazione di sé ha a che fare con la conoscenza e la comprensione di noi stessi, con le nostre maschere e al di là di esse.

Crediamo che questo tipo di pratica possa stimolare un processo di esperienza più completo. Quando i partecipanti creano una maschera che riflette le proprie esperienze o il modo in cui si sentono, offre loro un'ottima opportunità per esprimersi e mettere in gioco la propria creatività. È l'esperienza personale che consente al gruppo di identificarsi e riconoscere il processo di creazione della campagna. Ciò aiuterà il gruppo di lavoro a comprendere i potenziali benefici per il loro pubblico e contribuirà a generare idee, nonché a costituire il nucleo dell'attività della campagna artistica.



Mezzo artistico

Produzione artistica,
gioco di ruolo, discussione



Organizzazione partner

Animus Association



N. di partecipanti

6-12



Autrici

Elena Golemeeva e
Margarita Rafailova



Durata

5-6 ore



Attrezzatura

- Diverse tipologie di maschere (animali, eroine/eroi, mostri, personaggi di libri, film o videogiochi) o i materiali necessari per l'attività "Maschere" dal "[Toolkit per la Body Acceptance](#)": scatole, elmetti (da usare come base per la costruzione della maschera); forbici, colla, plastilina, carta, pennarelli, nastro adesivo, brillantini, piume e tutto ciò che potete immaginare.
- Ampio spazio libero.
- Carte con situazioni legate all'accettazione di sé/del corpo. (vedi la sezione dei riferimenti alla fine di questa attività per esempi di carte)



Risultati di apprendimento

- Riconoscimento degli aspetti individuali della personalità (caratteristiche esterne o interne) legati ai sentimenti di vergogna.
- Comprensione dell'espressione e delle conseguenze della vergogna.
- Entrare in contatto con la propria autenticità e la sua diversità.

Step dell'attività

Step 1: 10 min

Inizia con un breve riscaldamento.

Step 2: 15 min

Introduci il gruppo all'argomento della body acceptance, gradualmente, utilizzando domande per stimolare la loro riflessione sui concetti come il body shaming, l'accettazione del corpo, le idee di vergogna e le maschere.

Step 3: 20 min

Apri una discussione chiedendo loro di riflettere sulle seguenti domande:

- Quali maschere usiamo nella nostra vita quotidiana, con le persone che ci circondano? Perché ne abbiamo bisogno?
- Cosa c'è di significativo e utile in esse e cosa potrebbe influenzarci in modo negativo?
- Cosa nascondiamo dietro di esse? Come trattiamo noi stessi?

NB: Se necessario, aiuta il gruppo a distinguere tra accettazione di sé/mancanza di vergogna e comportamenti sfacciati.

Step 4: da 20 minuti a 2 ore

A) Informa 3 partecipanti che per la parte successiva possono utilizzare le varie maschere disponibili scegliendone una per ciascuna. (20 minuti)

oppure

B) Segui la pratica artistica delle [«Maschere»](#): (2 ore)

Chiedi a 3 partecipanti di creare la propria maschera, seguendo il tema «Accetto (non ho vergogna di) me stesso».

Lascia che disegnino una maschera che li mostri senza sentirsi ansiosi e/o senza negare gli aspetti che non amano di sé stessi.

Informa 3 partecipanti che per la parte successiva dovranno mettere le loro maschere al centro della stanza.

Step 5: 1 ora

Gioco di ruolo con/o senza maschere:

- Chiedi ad ogni partecipante di disegnare una carta che contenga una situazione o un'affermazione relativa all'immagine del corpo e/o all'accettazione di sé.

NB: A seconda del gruppo con cui stai lavorando, puoi scegliere l'opzione di far lavorare 3 partecipanti in piccoli gruppi e ciascun gruppo sceglierà liberamente come presentare la propria parte.

NB: È importante che queste situazioni/dichiarazioni non contengano in esse una risposta al conflitto, in modo che la loro interpretazione dipenda dalla lettura individuale deø partecipante.

- Il compito di ciascunø partecipante è di scegliere e ricreare l'esperienza/assumere il ruolo di uno dei personaggi in questa situazione. A tal fine, ciascuna persona può scegliere una delle maschere disponibili per aiutarla nella rappresentazione del ruolo.
- Dopo che tutt3 3 partecipanti hanno presentato il proprio ruolo, comunica loro che ripeteranno l'attività. Questa volta dovrebbero togliersi le maschere e interpretare il ruolo senza di esse.
- Infine, chiedi al gruppo di riflettere su quanto segue: C'è stata una differenza nel modo in cui vi siete sentit3 durante i due giochi di ruolo? Se sì, come descrivereste questa differenza?

Puoi chiudere la discussione riassumendo le riflessioni del gruppo.

Debriefing

Ogni partecipante condivide una cosa che per loro è stata significativa durante la condivisione di gruppo.

Prestare attenzione a

Discuti ulteriormente con il gruppo, determinando la profondità della discussione su questo argomento. 3 partecipanti non devono condividere esempi specifici di ciò che si cela dietro la loro maschera, è sufficiente che ci riflettano per conto proprio.

Riferimenti

[Toolkit per la body acceptance](#) (parte del progetto Body Shining)

Ecco alcuni esempi di carte con situazioni legate all'accettazione di sé/corpo:

1. *"Alcuni ragni cambiano colore per confondersi con l'ambiente circostante. È un meccanismo di difesa."* - Peter Parker

2. *"La bambina andò a letto, ma fu molto sorpresa quando vide come appariva sua nonna, e disse:*

- *Nonna, perché hai le mani così grandi?*
- *Per poterti abbracciare meglio, mia nipote.*
- *Nonna, perché hai i piedi così grandi?*
- *Per correre meglio, tesoro mio.*
- *Nonna, perché hai le orecchie così grandi?*
- *Per sentire meglio, mia cara.*
- *Nonna, perché hai gli occhi così grandi?*
- *Per vederti meglio, tesoro mio.*
- *Nonna, perché hai i denti così grandi?*
- *Per mangiarti! A queste parole, il Lupo balzò addosso a Cappuccetto Rosso e la divorò anche lei. Quando fu sazio, si sdraiò di nuovo nel letto e si addormentò."*



Inventa la loro vita

Che cos'è?

Questa attività è un esercizio per sviluppare nuove competenze di storytelling, comprendere la costruzione delle narrazioni e parlare dell'identità. È ispirata ai concetti sociologici di performatività (J. Butler) e sovversione. Questi due concetti esplorano l'idea che l'identità sia una costruzione sociale e, in particolare, quando si tratta di genere. Butler sostiene che ci attacchiamo alla rappresentazione che consideriamo naturale e irrevocabile. Tuttavia, in teoria, una volta che diventiamo consapevoli della costruzione dell'identità agli occhi della società, possiamo liberarci da questa identità sociale, giocarci e persino sovvertirla.

La campagna artistica organizzata in Francia ha affrontato la nozione di identità e il ruolo che il rapporto con il nostro corpo gioca nel modo in cui ci sentiamo riguardo alla nostra identità. Il concetto di performatività consente una relativizzazione, mentre la sovversione offre un mezzo di resilienza attraverso il gioco e il divertimento. Abbiamo utilizzato il lavoro della fotografa Cindy Sherman per affrontare la nozione di gioco con l'apparenza e introdurre allo storytelling attraverso un'attività rapida e semplice.

Gli obiettivi di questa attività sono trasmettere le nozioni fondamentali delle strategie di storytelling e degli archetipi nella narrazione cinematografica, affinché 3 giovani possano realizzare successivamente il loro cortometraggio.



Mezzo artistico

Storytelling



Organizzazione partner

Élan Interculturel



N. di partecipanti

10



Autrice

Eliador Oudjedi



Durata

1h30/2h



Attrezzatura

Smartphone

Proiettore

Casse



Risultati di apprendimento

Acquisire fiducia nella creazione di qualcosa

Step dell'attività

L'obiettivo di questa attività è far comprendere al gruppo il concetto di rappresentazioni archetipiche e il loro utilizzo nella società delle immagini. Gli stereotipi sono importanti per lo storytelling e portano con sé una leva narrativa perché sono associati a determinati valori.

Tuttavia, nel contesto della produzione video e nella più ampia società delle immagini, possiamo collegare il fatto che ciò può restringere o ampliare la prospettiva poiché gli esseri umani tendono inevitabilmente a proiettarsi su un'immagine.

Questa attività si basa sulla produzione di stereotipi estremamente veloci associati a immagini di individui. L'artista Cindy Sherman ha prodotto centinaia di ritratti di sé stessa incarnando diverse tipologie di persone, al punto che a volte è difficile immaginare che tutte queste persone provengano effettivamente dallo stesso corpo.

Questo è il punto chiave dell'attività e l'utilizzo di lei come esempio mira a sottolineare l'idea che il rapporto con la nostra identità è anche il rapporto con le norme sociali e le percezioni, ma questo sguardo che rivolgiamo su noi stessi può effettivamente essere manipolato e forse persino modificato attraverso l'esplorazione artistica.

Step 1: 10 min

Appendi le immagini (almeno 15) di Cindy Sherman in giro per la stanza e chiedi a 3 partecipanti di guardare ogni immagine. Poi chiedi di scegliere l'immagine che suscita in loro l'emozione più intensa. Ogni persona può scegliere solo un'immagine. Se uno dei partecipanti ha difficoltà a trovare un'immagine che suscita un'emozione forte, invitalo a sceglierne una che lo incuriosisce o che suscita un po' di curiosità.

Step 2: 20 min

Chiedi a 3 partecipanti di inventare molto velocemente una storia su quel personaggio. Fornisci pochissime istruzioni. Chiedi loro di raccontare quella storia come farebbero con un'amica, scherzandoci su, e di registrare l'audio sul loro telefono. Possono poi inviarti l'audio tramite telefono (ad esempio, tramite messaggio vocale su WhatsApp).

Step 3: 45 min (cercare di non superare i 5 minuti per partecipante)

Una volta che hai le registrazioni di tutti i 3 partecipanti, assicurati che il proiettore sia acceso e che il file con tutte le immagini di Cindy Sherman sia pronto per essere visualizzato. Collega il tuo telefono a delle casse.

Riproduci ogni registrazione insieme all'immagine che i 3 partecipanti hanno scelto. Di solito questa situazione genera molte risate. Usa queste storie create rapidamente come punto di partenza per analizzare la struttura narrativa delle storie.

In altre parole: chi sta parlando? Un narratore esterno o il personaggio stesso? A volte (spesso) alcuni partecipanti interpreteranno il personaggio, daranno un tono alla voce. Si tratta di un'opportunità per affrontare l'argomento dell'interpretazione di un personaggio, il ruolo di un attore, ecc.

Usa questo momento anche per parlare delle emozioni che ci attraggono verso un personaggio: alcuni personaggi sembreranno immediatamente vicini a noi, mentre altri sembreranno distanti. Ciò è il risultato sia della registrazione sia della storia raccontata, ma anche dell'immagine stessa e di come il personaggio viene rappresentato.

A volte il personaggio avrà una storia molto forte e ci sarà un qualcosa collegato al destino nella storia inventata dal partecipante. Fai riflettere su questo. Parla della nozione di destino nello storytelling e portala anche alla sensazione dei partecipanti riguardo al proprio destino e alla fatalità legata alla propria identità...

Debriefing

Spiega che il motivo per cui avete svolto questa attività è innanzitutto osservare che fossero capaci di inventare una storia molto velocemente, quasi istantaneamente. Questa è la stessa energia che potete utilizzare quando si inventa una storia più complessa. Questa attività è un ottimo modo per acquisire sicurezza e migliorare le competenze di storytelling.

Riferimenti

Tutte le opere di Cindy Sherman.



Ritratto dell'alter ego

Che cos'è?

Questa è un'attività pensata per sostenere il processo creativo dei partecipanti nella creazione del proprio alter ego. Si tratta di un esercizio basato sulla scrittura, progettato per mescolare domande personali con domande orientate verso l'intenzione del partecipante nel loro progetto creativo.

Poiché questa attività riguarda la scrittura, si tratta di un processo molto introspettivo ed è necessario dare abbastanza spazio ai partecipanti per andare a fondo nella loro creatività per creare un personaggio che porterà una storia a cui tengono. Si tratta di tirare fuori la loro creatività.



Mezzo artistico

Scrittura



Organizzazione partner

Élan Interculturel



N. di partecipanti

Qualunque



Autrice

Eliador Oudjedi



Durata

3 - 4 ore



Attrezzatura

Carta, penna, lavagna a fogli, telefono o computer se più facile da scrivere per 3 partecipanti



Risultati di apprendimento

- Approfondimento dell'argomento
- Espressione attraverso mezzi artistici
- Acquisizione fiducia nella creazione di un'opera d'arte a cui tengono

Step dell'attività

Step 1: 45 min

Scrivi su una lavagna o distribuisci una stampa di queste domande. Ogni domanda deve avere una risposta di alme cinque righe.

Domanda 1:

Qual è la cosa che ti infastidisce di più nella discriminazione legata al corpo? Il modo in cui le altre persone ti guardano? Le dinamiche di potere? Il desiderio? Il rapporto con la bellezza? La predominanza di un certo tipo di aspetto considerato bello?

Domanda 2:

In che modo il tuo personaggio potrebbe affrontare questa situazione? Con umorismo? Parodia? Critica frontale? Lamentela? Esagerazione? Ironia?

Domanda 3:

Cosa ti piace di più nell'avere un corpo (incarnazione)? Mangiare? Dormire? L'olfatto? Toccare? Muoversi? Pensare? Parlare? Nuotare? Ecc. (pensa ai dettagli)

Domanda 4:

Quale azione potrebbe compiere il tuo personaggio per rappresentare questo?

Domanda 5:

Quali elementi di un costume potrebbero rappresentare queste azioni e desideri? Qual sarebbe l'abito perfetto per il tuo personaggio? Non esitare a cercare nelle riviste gli abiti che ti piacciono, puoi fare un collage di ciò che ti ispira.

Domanda 6:

Che acconciatura sceglierebbe il tuo personaggio? Capelli lunghi? Colorati? Corti? Con una sciarpa? Con accessori?

Domanda 7:

Come si truccherebbe il tuo personaggio?

Domanda 8:

Se ti aiuta, immagina il tuo pubblico: ciò che lo definisce.

Step 2: 45 min

Costruzione del personaggio: comunica a 3 partecipanti che devono conoscere bene il loro personaggio prima di farlo parlare. Dai loro un nuovo foglio di carta su cui devono rispondere a queste domande.

- Chi è il tuo personaggio?
- Quanti anni ha?
- Cosa indossa? Come sono i suoi capelli? Accessori? Quali sono le sue principali qualità? Qual è il suo punto debole più grande? Cosa fa per vivere? Lo soddisfa?
- Ha una famiglia? In caso affermativo, chi la compone?
- Com'è la loro vita sociale? Ha amici?
- Cosa li fa reagire? Perché?
- Cosa perdonano?
- Quali sono i suoi valori?
- È successo qualcosa di speciale nella sua vita?

Step 3: 45 min

Scrittura del monologo: ora è il momento per 3 partecipanti di scrivere il monologo del personaggio che stanno inventando. Scrivi queste domande su una lavagna. Comunica loro che queste domande sono lì per supportare la scrittura del testo. Tuttavia, è anche un momento di creazione, quindi sono davvero liberi di seguire qualsiasi tipo di intuizione che hanno. In generale, le domande sono lì per dare una struttura che aiuti ad avere più sicurezza nella scrittura, ma non sono regole obbligatorie, solo supporto.

- Cosa sta dicendo il tuo personaggio a sé stesso o cosa vuole raccontarci?
- Cosa gli succede (introduzione, sviluppo e conclusione)? Attraverso quali stati psicologici passa? (Piacere, insicurezza, dubbio, rabbia, benessere, orgoglio, ecc.)
- A quale genere apparterrà il tuo testo? (Commedia, dramma, psicologico, ecc.)

Step 4: 1h-2 ore

Questa fase finale può avvenire in un altro giorno, poiché è utile che lo partecipante abbia riflettuto un po' su ciò che ha creato. Per questa fase, organizza un incontro individuale con ciascun partecipante per discutere del testo che hanno scritto e parlare del loro alter ego. È bene dedicare almeno 15 minuti a ciascun partecipante, idealmente 25. È un'opportunità per loro di condividere ciò che hanno creato, ma anche per iniziare a proiettarsi nel loro personaggio. Questo dà vita alla loro storia.

L'obiettivo in questo momento è sostenerli nell'aver un'idea chiara di come desiderano che appaia il loro pezzo finale. Chi interpreterà il loro personaggio? Come? Che tipo di costume? Quale tono? E così via. Se avete accesso ad attrezzature per la registrazione, è il momento per loro di prendere decisioni sulla sceneggiatura (illuminazione, decorazioni, ecc.).

Prestare attenzione a

Sei una figura fondamentale in questo momento; non dovresti dir loro cosa sia giusto o sbagliato nella loro creazione, ma cercare veramente di sostenerli affinché abbiano una chiara intenzione dietro ogni decisione artistica che prendono.

Debriefing

Dopo aver seguito tutti questi passaggi, 3 partecipanti avranno una storia, un testo scritto e un personaggio a cui tengono. Avranno attraversato un processo creativo profondo che li ha spinti a scavare nella loro storia personale e intima. Celebra questo momento con loro e sostieni il fatto che abbiano corso un rischio e che abbiano creato un'opera d'arte.

Lo stanno facendo per sé stessi prima di chiunque altro, e questo è ciò che conta davvero in questa attività.



Corone e costumi

Che cos'è?

3 partecipanti creeranno corone e costumi utilizzando diversi materiali artistici, sovvertendo l'idea tradizionale dei concorsi di bellezza e degli stereotipi legati alla moda. Scriveranno slogan da includere sulla corona o sul costume.

L'attività aiuterà 3 partecipanti a riflettere sull'accettazione del proprio corpo in modo creativo. L'atto della creazione aiuta nel processo di elaborazione dei pensieri e delle emozioni che emergono da tali argomenti.



Mezzo artistico

Arte visiva



Organizzazione partner

University of Atypical



N. di partecipanti

8-20



Autrice

Amy Frazer



Durata

2h



Attrezzatura

Carta, piatti di carta, penne e pennarelli, cartoncini, colla, glitter, cucitrice e graffette, qualsiasi altra cosa tu ritenga necessaria per la creazione delle corone e dei costumi



Risultati di apprendimento

Imparare un processo creativo, lavorare insieme come una squadra, comprendere il Body Shaming/la body acceptance

Step dell'attività

Step 1: 30 min

Inizia con un'attività di riscaldamento e spiega che il tema del workshop è sulla body acceptance. (10 min)

Discussione aperta (20 min) :

- Cosa significa per te l'arte?
- Cosa significa per te l'accettazione del corpo?
- Qual è un complimento che hai ricevuto che ha significato qualcosa per te?
- Cosa diresti ad un'è amicè?

Step 2: 1h15 min

3 partecipanti creeranno ora la loro corona e fascia.

Per realizzare la corona, illustra questi passaggi:

1. Piega un piatto di carta a metà e taglia verticalmente nel mezzo del piatto. (3/4 della piega, fino al bordo)
2. Spiega il piatto di carta e crea un + al centro del piatto tagliando orizzontalmente attraverso il tuo primo taglio.
3. Taglia poi diagonalmente tra ciascun taglio per creare 8 punte della corona, di forma triangolare.
4. Una volta ottenute le punte, scrivi o dipingi lo slogan/parola che hai scelto sul bordo.
5. Decora la tua corona come preferisci, con vernice, lustrini, brillantini, ecc. Una volta asciutte, piega verso l'alto i triangoli e indossa la tua corona con fierezza! Esempio di un costume:

Ali di fata: puoi creare delle ali usando 2 pezzi di vecchi giornali.

Piegandoli in diagonale e spillandoli insieme. Puoi fare un'asola con un pezzo di stoffa all'estremità e fissarla sul fondo del giornale per indossarle.

Step 3: 15 min

3 partecipanti indossano la loro corona e il loro costume e si fanno fotografare.

Prestare attenzione a

Sii consapevole delle esigenze di accesso dei partecipanti e apporta alcune modifiche, se necessario. Alcuni partecipanti potrebbero trovare più semplice creare una corona, piuttosto che un costume. In generale, è importante che i partecipanti si sentano a proprio agio e apprezzino il processo creativo.

Our bodies are not objects
they are vessels that carry
us through life. They
allow us to experience the
world, express ourselves and
connect with others. That
is - beautiful -
the journey

Creazione di cartoline

Che cos'è?

Questa attività segue l'attività "Corone e Costumi", e coinvolge 3 partecipanti nella creazione di cartoline portatrici di messaggi contro il body shaming e a favore della body acceptance. Dopo averle create, si incoraggiano 3 partecipanti a pubblicarle sui social media, distribuirle ad amici o parenti, ad altre organizzazioni, metterle in cassette postali o persino darli a qualche sconosciutø per strada.

L'attività aiuta 3 partecipanti a riflettere sull'accettazione del corpo in modo creativo. La creazione artistica aiuta ad elaborare i pensieri e le emozioni legati a questi argomenti. Offre infine l'opportunità di diffondere messaggi di accettazione del corpo.



Mezzo artistico

Arte visiva



N. di partecipanti

8-20



Durata

1 ora



Risultati di apprendimento

Imparare un processo creativo, lavorare insieme come una squadra, comprendere il Body Shaming/la body acceptance



Organizzazione partner

University of Atypical



Autrice

Amy Frazer



Materiali

Penne/matite per carte

Step dell'attività

Questa attività segue "Corone e Costumi". Il primo passaggio è stato ripetuto di nuovo qui sotto, nel caso in cui sia portata avanti come un'attività indipendente.

Step 1: 10 min

Inizia con un'attività di riscaldamento e spiega che il tema del workshop è sulla body acceptance. (10 min)

Discussione aperta (20 min):

- Cosa significa l'arte per te?
- Cosa significa per te l'accettazione del corpo?
- Qual è un complimento che hai ricevuto che ha significato qualcosa per te?
- Cosa diresti ad un'amicè?

Step 2: 20 min

3 partecipanti prendono un cartoncino e disegnano e scrivono un messaggio sull'accettazione del corpo. Possono prendere ispirazione dalle domande del precedente passaggio.

Step 3: 15 min

3 partecipanti prendono le cartoline e le distribuiscono a organizzazioni, ristoranti, amicè o addirittura a sconosciutè per strada.

Debriefing

Chiedi a3 partecipanti come si sono sentitè riguardo al processo. Hanno apprezzato diffondere messaggi positivi di incoraggiamento ad altrè persone?



Grazie !

Seguici online per saperne di più!

Sul nostro sito troverai i video delle campagne artistiche realizzate e gli altri tre manuali prodotti che raccolgono testimonianze, strumenti per analizzare le discriminazioni legate al corpo e attività di mediazione artistica per stimolare la creatività e responsabilizzare 3 giovani su questo argomento.

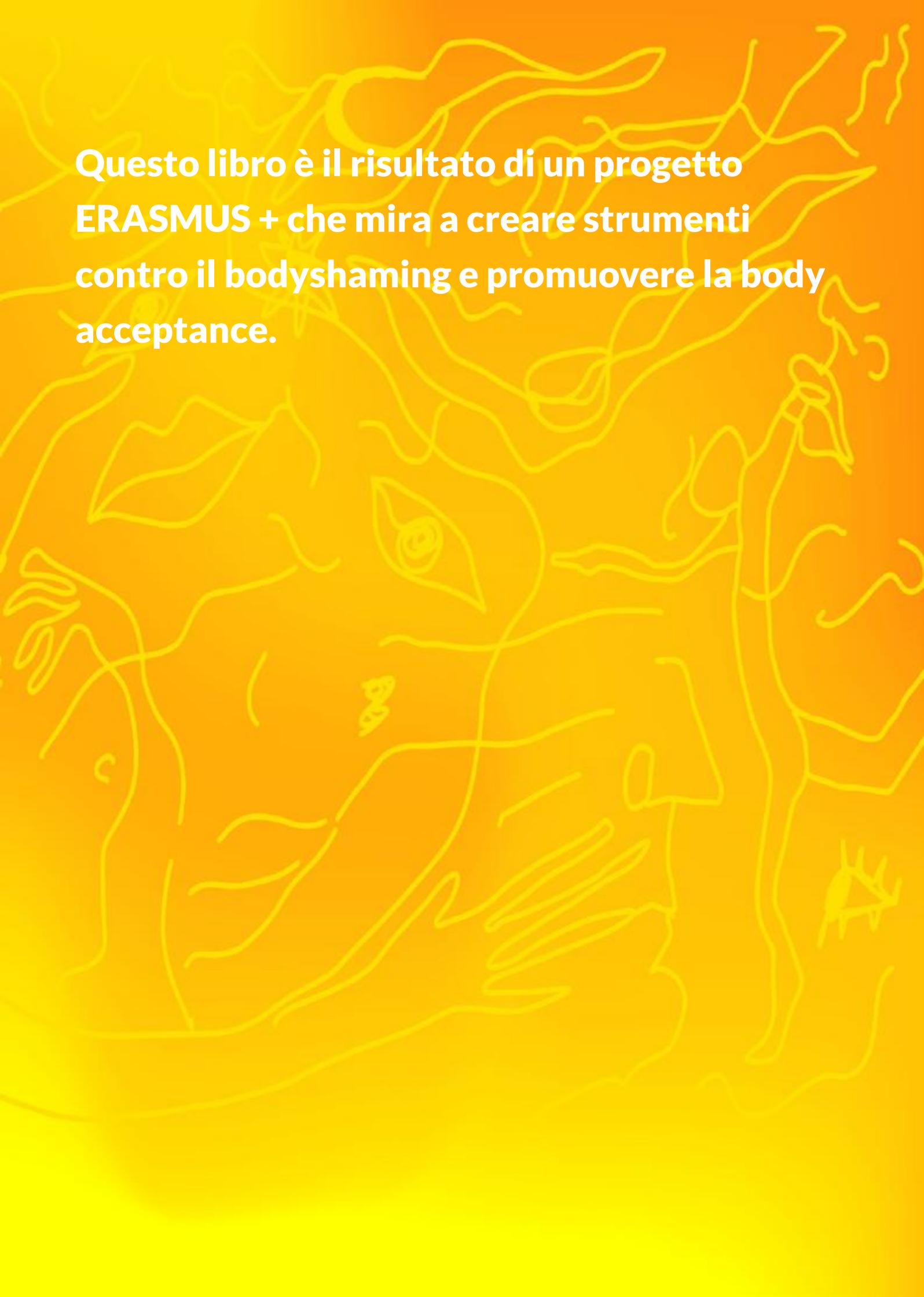
Sito web: www.bodyshining.eu

Instagram: <https://www.instagram.com/bodyshining.eu/>





**Questo libro è il risultato di un progetto
ERASMUS + che mira a creare strumenti
contro il bodyshaming e promuovere la body
acceptance.**

The background of the page is a vibrant yellow gradient. Overlaid on this gradient is a complex, abstract line drawing in a slightly darker shade of yellow. The drawing consists of numerous overlapping, fluid, and somewhat chaotic lines that suggest the outlines of human figures, faces, and limbs. The overall effect is one of organic, interconnectedness and movement.