



**ART**

**NO STOP**

**ARTE E SOCIALE·NUOVI  
MODELLI DI ACCOGLIENZA  
ATTIVA IN COMUNITÀ**

**MANUALE PER OPERATORI SOCIALI**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# INDICE

- 1. INTRODUZIONE**
- 2. STORIA DELLE PRATICHE SOCIALI NELL'ARTE**
- 3. RISULTATI DELLA RICERCA**
- 4. RUOLI NEGLI EVENTI ARTISTICI E NELLE ORGANIZZAZIONI SOCIALI**
- 5. TRASFORMAZIONE DELLO SPAZIO SCENICO**
- 6. PROGETTAZIONE E DISEGNO DEL PROGETTO**
- 7. PIANIFICAZIONE E PRODUZIONE DI UN EVENTO**
- 8. MARKETING E COMUNICAZIONE**
- 9. GENERE E DIVERSITÀ NELL'ARTE**
- 10. ESERCIZI**
- 11. ESEMPI DI BUONE PRATICHE**
- 12. PROJECT DESIGN E PIANIFICAZIONE**

# 1. INTRODUZIONE

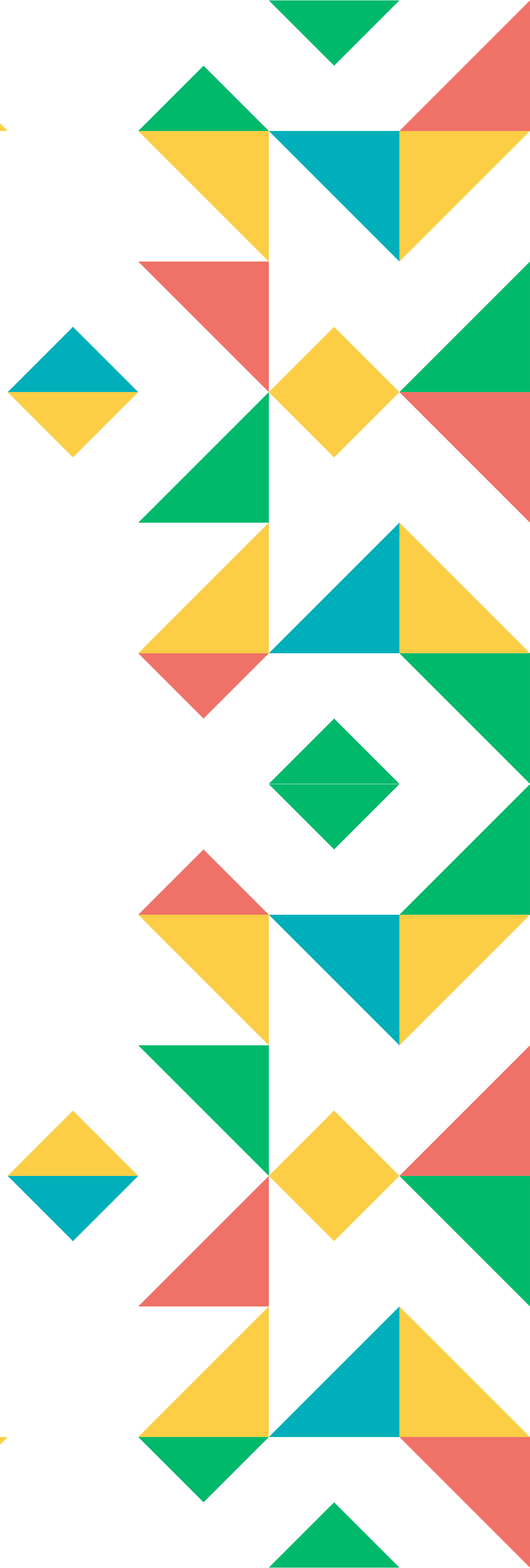
Questa guida è stata progettata, pensata e scritta per tutte le organizzazioni che lavorano sul tema dell'accoglienza di persone vulnerabili ed hanno spazi a disposizione da poter destinare all'accoglienza di residenze creative, all'organizzazione ed alla gestione di eventi artistici.

Ci piace pensare a questo manuale come ad una cassetta degli attrezzi che operatori sociali (educatori, assistenti sociali, coordinatori di comunità, psicologici, ecc.) possano utilizzare per sviluppare opportunità di apprendimento non formale ed inclusione lavorativa a favore delle persone in area di vulnerabilità accolte nei loro centri.

La finalità "dietro le quinte" è quella di diffondere innovazione sociale, trasformando gli spazi aperti o inutilizzati di strutture di accoglienza sociale in luoghi dove l'arte diviene opportunità e vita per le comunità stesse e per chi le abita.

La stessa metodologia, inoltre, persegue alcuni degli obiettivi dell'agenda 2030 delle Nazioni Unite, sostenendo di fatto:

- il contrasto alla povertà, intesa anche come povertà educativa;
- il contrasto alla fame, garantendo sostenibilità economica al progetto e di conseguenza a chi abita le comunità di accoglienza coinvolte;
- promozione del benessere psicologico;
- educazione non formale altamente qualificata;
- partenariati attivi per il raggiungimento degli obiettivi stessi.



## 1.1 IL PROGETTO NON STOP ART

Il lavoro che proponiamo è uno dei risultati del progetto Erasmus+ ART NO STOP, nato a seguito della riflessione di chi ha lavorato in lockdown nelle comunità di accoglienza, vivendo potentemente il limite di dover limitare le attività di apprendimento e le relazioni sociali.

In tale contesto storico una delle organizzazioni partner del progetto ha accolto in un proprio spazio, per un periodo di un 8 mesi, artisti di strada alloggiati in camper negli spazi esterni della struttura, che hanno utilizzato un periodo di fermo totale delle attività artistiche per poter sviluppare processi creativi.

Tale accoglienza è nata in un'ottica di sostegno reciproco, un'ottica di sostegno ad amici artisti che in un momento storico come quello della Pandemia hanno visto di colpo sospese tutte le loro attività lavorative, trovandosi di fatto senza risorse economiche e senza un luogo dove sostare.


D'altra parte anche per le comunità di accoglienza residenziale è stato un periodo durissimo, dove la convivenza di persone con numerose problematiche, la necessità di interrompere relazioni esterne anche con familiari stretti e l'ansia degli operatori sociali che si sono alternati nei turni, hanno messo a dura prova l'equilibrio di ogni comunità.

a metodologia proposta nasce anche dall'inevitabile confronto con le realtà dei Paesi Bassi e della Germania ben rappresentate dai due partner di progetto che hanno sede in detti Paesi, ove il modello di integrazione è già ad uno stadio più avanzato rispetto al nostro e dove lo staff socio-educativo ha già una competenza basilare delle attività artistiche che favoriscono l'empowerment e la psicoterapia, in quanto tali arti costituiscono materie curriculari all'interno dei piani di studio formativi universitari per le specifiche professioni.

## 1.2 MODELLO D'INTERVENTO

Accogliamo persone in area di svantaggio e quando pensano alle comunità di accoglienza residenziale sono 3 le caratteristiche alle quali non vogliono rinunciare.

La prima è data dalla possibilità che una persona accolta in comunità non si senta fallita e che possa in comunità superare quel senso di sconfitta che ogni persona accolta ha quando varca la soglia della comunità di accoglienza, quel senso di fallimento che si legge negli occhi di chi ti guarda come per dire "sono finito in comunità", dove la parola "finito" non fa riferimento solo al luogo, ma anche al verbo finire, come se la vita finisse lì.



La seconda caratteristica è data dallo sviluppo di opportunità che favoriscano realmente l'empowerment della persona sia da un punto di vista personale che da un punto di vista professionale; crediamo che il periodo di accoglienza in un luogo sociale debba essere non solo un intervento tampone rispetto ad una situazione di emergenza sociale, ma debba poter essere un luogo che apporti nuove competenze e prospettive di vita.

Metaforicamente ci piace descriverla come una rete trampolino, pronta a sostenere chi è in difficoltà, a salvare chi cade per una frana inattesa o per un salto nel vuoto non ben valutato, ma anche pronta a rilanciare le persone accolte con energia e sicurezza verso un futuro differente.

La terza caratteristica del modello proposto è la sostenibilità, perché ogni buon progetto deve essere sostenibile nel tempo sotto tutti gli aspetti che per noi fanno capo alla parola sostenibilità, ovvero sostenibilità economica, sociale ed ambientale.

La sostenibilità sociale è un pilastro essenziale di tutte le nostre azioni, perché ogni intervento deve essere utile per affermare i diritti delle persone, non a caso il concetto di sostenibilità sociale trova la sua prima tutela legale nelle dichiarazioni dei diritti dell'uomo.


A tal fine in ogni attività è per noi importante rimuovere gli ostacoli economici e sociali che limitano di fatto l'accesso ai servizi ed alle opportunità offerte di sviluppo della persona.

La partecipazione alle attività va garantita a tutti, non solo come fruitori degli interventi posti in atto, ma anche come cittadini attivi, in un'ottica di sviluppo di politiche generative.

be made participants in the organizational Tale partecipazione attiva è per noi fondamentale anche da parte delle persone che accogliamo, che devono essere rese partecipi dei principi organizzativi e di gestione, affinché possano sentirsi parte di un progetto e, contestualmente, parte di un processo di sviluppo di comunità di accoglienza che rispondano con concretezza ai reali bisogni delle stesse persone accolte e contribuiscano allo sviluppo di fattori di resilienza.

La sostenibilità ambientale è data dalla necessità di garantire interventi che di fatto siano coerenti con le logiche di tutela del pianeta e di sostenibilità alimentare.

Ogni intervento è pensato nel rispetto di tale principio, divenendo negli ultimi anni parte dei programmi educativi delle persone accolte in comunità, promuovendo anche semplici strategie, tra cui:

- abolizione dei prodotti in plastica monouso
  - impegno di fonti di energia rinnovabile e impiego efficiente delle risorse
  - gestione ottimale dei rifiuti
  - riciclo di beni riutilizzabili attraverso azioni di riparazione, restyling e riciclo creativo
  - promozione della mobilità sostenibile
  - adozione di pratiche basate sui principi dell'economia circolare
- 

- conservazione e tutela del territorio e della biodiversità
- produzione di prodotti alimentari coltivati con tecniche di agricoltura biologica.

La sostenibilità economica è sempre più, in differenti Paesi europei, un argomento che desta forte attenzione, in parte per il venir meno di risorse delle pubbliche amministrazioni, in parte per un aumento smisurato delle richieste di intervento, in particolar modo a seguito della Pandemia che ha colpito le nostre popolazioni ed economie.


Sempre più ci interroghiamo sulla necessità di garantire alle persone che accogliamo uno standard qualitativo alto di intervento sociale e ci imbattiamo invece sulla richiesta delle pubbliche amministrazioni di ridurre i costi delle accoglienze in quanto non sostenibili. Ad esempio in Italia le piccole amministrazioni comunali non riescono a far fronte ai costi dell'accoglienza residenziale di minori o donne con figli che necessitano un intervento residenziale, scontrandosi così con la difficoltà di attivare interventi coerenti con i bisogni senza però poter tutelare l'equilibrio economico di bilancio e pertanto dell'intera amministrazione.

La sostenibilità economica è così un elemento essenziale dei nostri progetti di accoglienza, che vede gli staff delle comunità impegnati nell'individuazione di soluzioni che possano garantire la qualità degli interventi proposti.

La metodologia proposta in queste pagine vede la possibilità di garantire a costo zero interventi di formazione non formale ed informale sul tema artistico a favore degli ospiti delle comunità o dei centri di accoglienza. Tale formazione non è garantita solo sul tema delle performance artistiche, ma soprattutto sul tema di tutto ciò che ruota intorno ad una residenza creativa: costumistica, scenografia, luci, suoni, ecc.

## 1.3 IBRIDARE PER INNOVARE

Una delle parole chiavi della nostra strategia di intervento a favore del modello descritto è quella dell'ibridazione. Riteniamo che la raggiungibilità degli obiettivi che ci poniamo sia facilitata dalla possibilità di ibridare il mondo dell'accoglienza sociale con il mondo dell'arte, del turismo, della tutela ambientale, del volontariato, dell'impresa. Da anni vediamo le nostre comunità non più come una bolla chiusa all'esterno, uno spazio protetto e secretato, ma come uno spazio condiviso da gestire congiuntamente ad una cittadinanza consapevole, responsabile ed attiva. La continua ricerca di strategie e metodologie applicabili a comunità di accoglienza che rispondano a questi requisiti ci ha portato ad elaborare questo progetto di ricerca applicata, affinché potesse essere un nuovo tassello ad un modello che negli anni si sviluppa facendo la differenza nella vita di persone vulnerabili.



L'applicazione della metodologia proposta in queste pagine permetterà di acquisire gli elementi necessari per gestire attività artistiche ed eventi con la compartecipazione di chi abita gli spazi della comunità.

Affinché tale visione metodologica divenga realtà è fondamentale che lo staff della comunità di accoglienza sia preparato a tale possibilità, al fine di vedere l'occupazione di spazi della struttura da parte di artisti come reale opportunità di apprendimento attivo e non formale, riconoscendone il valore emozionale che l'arte apporta in ogni luogo ed il valore di una formazione che tocca differenti ambiti di attività, garantendo sempre maggiori opportunità di inclusione sociale e lavorativa a chi abita le comunità.

Parliamo di ibridazione perchè è importantissimo che le persone che accogliamo vivano altri mondi oltre a quello della strada del proprio quartiere e spesso si fa molta fatica, da un punto di vista educativo, ad accompagnare chi da sempre vive in un contesto di povertà educativa a guardare oltre il proprio specifico orizzonte.

Diversa è però la situazione se avviene il contrario. Se sono i "mondi altri" ad entrare nello spazio di chi accogliamo. Abbiamo ampiamente constatato, ad esempio, che accogliere l'autore di un libro in uno spazio della comunità porta curiosità e partecipazione,

ma convincere le donne della stessa comunità ad andare per la prima volta alla presentazione di un libro è talvolta una vera e propria impresa.

Cosa vogliamo dire con questo? Di certo non stiamo proponendo un mondo chiuso all'interno dei centri di accoglienza, anzi, stiamo proponendo la costruzioni di ponti tra un mondo conosciuto e spazi ignoti, dove conoscere un pezzetto dello spazio ignoto ci aiuta ad accompagnare chi accogliamo ad attraversare il ponte.


## 1.4 L'ARTE CHE IBRIDA IL SOCIALE

Ci piace pensare che questo progetto abbia il potere di rilevare e diffondere che ogni artista accolto possa rappresentare una serie di pennellate colorate sulla tela dei centri di accoglienza, una tela a tratti bianca, a tratti grigia, a tratti nera.

Ogni volta che un artista entra in comunità è un nuovo colore che fa di uno spazio un mondo più vivo.

Ogni volta che un'artista pratica un'arte rappresenta una nuova possibilità affinché qualcun'altro la pratichi.

Pensiamo agli artisti di circo sociale accolti come base nella Fabbrica del Farò che inseriscono sempre gratuitamente bambini/e e adolescenti della comunità in tutte le attività e ci viene in mente



7la nostra piccola Irene di 7 anni che frequenta le attività da due anni e guardando il responsabile artistico di Tenrock dice “il circo è la mia vita”. Pensiamo a Bibo accolto in FES ed a tutti i giovani marocchini che hanno frequentato gratuitamente il suo corso di breakdance.

Pensiamo all’artista Lila che con la sua fisarmonica ha accompagnato pomeriggi interi in cui anche camminare tra i corridoi diventava danzare.

Pensiamo a Skizzo e Carla, accolti durante il lockdown, che con la loro giocoleria e clowneria hanno apportato ventate di allegria in un momento altamente critico. Pensiamo a Julian con la sua Slackline ed ai pomeriggi in natura passati con le adolescenti della nostra comunità a scoprire forme di equilibrio possibili ed alle metafore che abbiamo ascoltato durante le attività sugli equilibri di una vita difficile. E pensiamo che è proprio bello quando l’arte ibrida il sociale.

## 1.5 DALLA TEORIA ALLA PRATICA

Riconosciamo in questo modello di intervento una potenzialità enorme. E’ per tale ragione che nell’ambito del progetto lo abbiamo sperimentato, partendo dalla ricerca che è stata effettuata intervistando telefonicamente ed in presenza i referenti di differenti attività artistiche che sono ospitate da strutture socio-sanitarie.

La ricerca ha avuto l’obiettivo di analizzare da un punto di vista qualitativo più che quantitativo gli interventi esistenti in differenti Paesi europei, per poter individuare un modello di base da sperimentare e porre in essere.

Dalla ricerca e dalla successiva sperimentazione è stato sviluppato il presente manuale, che possa offrire spunti teorici e pratici di applicazione del modello proposto.

A tal fine il manuale comprende sia indicazioni precise su differenti aspetti di seguito trattati:

- formazione e mansionario degli staff socio-pedagogici;
- modulistica da utilizzare per gli aspetti organizzativi, logistici e pedagogici;
- modulistica contrattuale per definire con precisione il tipo di supporto reciproco che artista/compagnia e centro di accoglienza offriranno;
- vademecum rivolto agli artisti, al fine di fornire indicazioni utili sulle regole basilari da adottare nello spazio occupato, in riferimento agli spazi stessi, ma soprattutto in riferimento alle persone dai quali sono abitati quotidianamente.





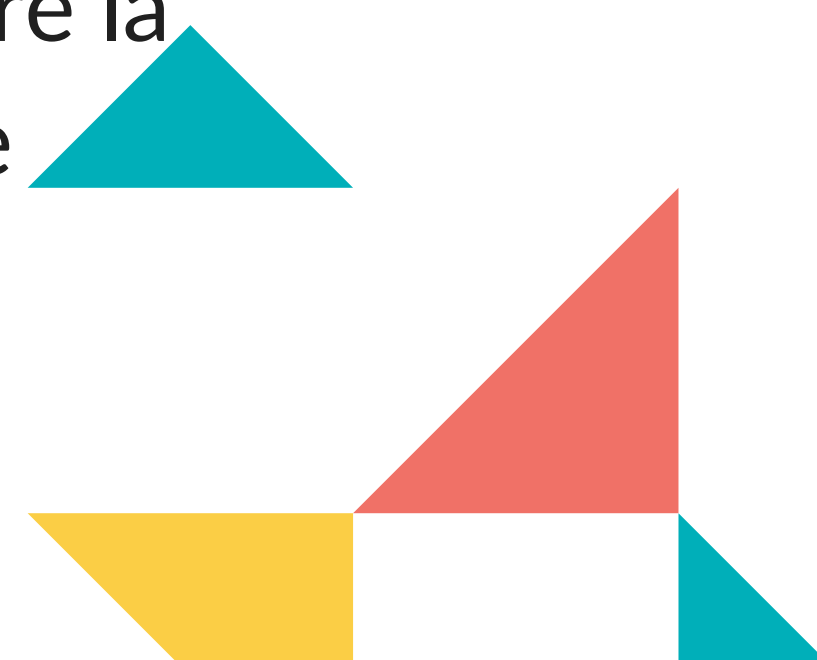
# 2. STORIA DELLE PRATICHE SOCIALI

## 2.1 COME LA CULTURA GIOCA UN RUOLO

È stata chiamata con molti nomi in diversi paesi: Community Arts, Participative Arts, Cultural Democracy, Soziokultur, Cultuurparticipatie, Co-Creation, Public Art, Social Turn, solo per citarne alcuni. La abbiamo fatto per vari motivi, in momenti diversi in luoghi diversi. Le pratiche di arte sociale esistono da cinquant'anni o più. Forse esiste anche da molto più tempo. Tutto dipende da come definisci l'arte e dovremmo ovviamente anche tenere conto che l'arte è stata definita in modi diversi nel corso della nostra storia. Alcuni storici dell'arte sostengono addirittura che le arti comunitarie iniziarono 6000 anni fa in Australia, dove gli aborigeni facevano già Arte con le loro comunità.

Nel corso della nostra storia spesso la religione e i riti cerimoniali sono stati la motivazione più importante per le creazioni artistiche. La maggior parte dei rituali non può esistere senza elementi artistici. Certo, ciò che offri ai tuoi Dei è sempre la cosa più preziosa, migliore, più bella, più difficile da ottenere e la più preziosa per l'essere umano.

Solo le cose più preziose meritano di essere donate agli Dei. È così che fin dall'inizio della nostra cultura le arti sono state legate all'artigianato e agli oggetti di valore. Gli oggetti artistici hanno sempre svolto un ruolo all'interno dei rituali religiosi e di altro tipo in tutte le culture. Spesso il ruolo degli oggetti era quello di creare una connessione con forze soprannaturali. Tutte le forme d'arte erano e sono utilizzate durante i rituali religiosi: danza, musica, canto, poesia, a volte immagini e sculture di divinità o decorazioni del corpo solo per citarne alcune. In un certo senso le cose non sono cambiate molto. Celebriamo ancora i momenti più importanti della nostra vita, la nascita, il raggiungimento della maggiore età, il matrimonio e la morte con la danza, la musica, il canto, la poesia, la narrazione e oggi anche con fotografie e videoclip. Le arti non sono mai lontane e i rituali sono ancora una caratteristica importante della nostra società moderna. Includono non solo i riti di culto e i sacramenti delle religioni e dei culti organizzati. Anche gli eventi sportivi, le feste di Halloween, lo shopping natalizio, ecc. possono essere visti come rituali. Anche azioni comuni come stringere la mano e salutare potrebbero essere chiamate rituali.





**Immagine: Duccio Maestà, 1311 d.C.**

**Un cittadino anonimo di Siena descrive come una lunga fila di tutti i cittadini della città di Siena, in Toscana, portò il dipinto dallo studio del pittore Duccio alla Cattedrale:**

**"Il giorno in cui la Maestà fu trasportata in cattedrale, il vescovo guidò una lunga processione di preti, monaci e funzionari del Comune, seguiti da quasi tutta la popolazione della città. Tutti i negozi furono chiusi quel giorno e i poveri ricevettero elemosine extra."**

Per adempiere al suo ruolo nelle società primitive e preindustriali, le arti dovevano essere accessibili e comprensibili per tutti i membri della comunità. Quando erano legate alla religione e ai rituali, il loro ruolo e significato non venivano messi in discussione, facendo in qualche modo parte della vita quotidiana. Quando durante il Rinascimento le arti iniziarono a raffigurare non solo storie religiose ma anche persone potenti e le loro vite, potevano ancora essere comprese da tutti.

Le cose cambiarono quando la società occidentale attraversò grandi cambiamenti nel XIX secolo. Con la rivoluzione industriale, la natura dell'arte cambiò.

Nelle arti visive, ad esempio, emersero nuovi temi di natura diversa, come la natura morta e il paesaggio, temi che non facevano riferimento a storie religiose o mitologiche.

La fotografia assunse parte del ruolo della pittura. Gli oggetti dei dipinti divennero ancora più astratti, trattando di colore, luce o espressione. All'inizio del XX secolo, la libertà artistica divenne sempre più importante. Le arti iniziarono a definire un nuovo linguaggio di libertà, mettendo in discussione tutte le idee tradizionali.

Da quel momento si creò un divario tra l'arte cosiddetta d'avanguardia e l'arte più tradizionale. Di conseguenza, molte persone smisero di capire il linguaggio degli artisti moderni.

## 2.2 CULTURA DI MASSA, CULTURA "ALTA" E "BASSA"

Beethoven o Lady Gaga? La scelta è tua! Amleto o Batman? Spetta a te decidere! Un'opera di Verdi o un concerto degli Arctic Monkeys? Perché non entrambi? Spesso le culture non solo sono diverse, ma vengono anche percepite come ineguali. La distinzione tra "arti maggiori" e "arti minori", che ha caratterizzato la visione occidentale della cultura per gran parte del XX secolo, è spesso stata

collegata alle classi sociali. La cultura alta veniva spesso considerata un patrimonio dell'élite, percepita come più sottile, equilibrata o raffinata e aperta a diverse interpretazioni rispetto alla cultura bassa. Quest'ultima spesso attrae con maggiore enfasi bisogni umani più semplici e basilari, offrendo un'evasione dalla realtà dei problemi quotidiani.

La partecipazione alle attività della cultura alta era frequentemente legata a fattori quali lo status socio-economico e le preferenze personali. Se ti consideravi parte dell'alta società, prediligevi la musica classica, la lettura della letteratura, gli spettacoli teatrali o di balletto.



*Immagine: "Irpin 2022" L'artista Banksy riporta l'arte per le strade con murali che raffigurano eventi attuali*

La cultura bassa spesso era associata a sitcom televisive o a musica popolare. In alcune occasioni, la cultura bassa è diventata cultura alta. La musica jazz, inizialmente considerata indecente o addirittura descritta come suoni di giungla, ha successivamente invertito questa percezione, divenendo cultura alta e venendo riconosciuta come espressione di raffinatezza. La musica pop ha conquistato il grande pubblico e le opere pittoriche impressioniste, inizialmente respinte e considerate semplici, sono diventate in seguito tra i quadri più apprezzati nei musei di tutto il mondo, a soli cento anni di distanza. Le opere teatrali scritte da Shakespeare, ebbene inizialmente indirizzate alla classe

sociale più umile in Inghilterra, hanno dimostrato così elevata qualità che non ci è voluto molto affinché fossero elevate a cultura alta.

## 2.3 ARTE ED ELITE

Iniziamo dando un passo indietro fino al Medioevo, quando l'opera d'arte era ancora strettamente legata al regno del sacro. Gli artisti medievali vivevano nell'anonimato; il loro status era comparabile a quello di altri artigiani. Dovevano seguire rigorosi concetti religiosi e regole estetiche definite dalla chiesa. Le cose iniziarono a cambiare nel XV secolo. Durante il Rinascimento,



*In March 2010 during a performance in MoMA (Museum of Modern Art, New York) the artist Marina Abramovic invited people to sit in front of her and look her in the eyes as long as they wanted. Over more than 736 hours more than 1500 people were moved to tears by this experience*

l'epoca che seguì il Medioevo, furono compiuti grandi passi avanti in termini di creatività. L'espressione individuale veniva favorita rispetto all'espressione collettiva tipica del Medioevo. Grandi artisti come Michelangelo, Leonardo da Vinci e Botticelli trovarono nuove modalità di esprimersi. Essi non erano soltanto grandi artisti, ma anche scienziati e innovatori eccezionali. Anche la società subì un cambiamento: la nobiltà e la chiesa non detenevano più la massima influenza quando si trattava di governare le città in cui le persone vivevano. I primi passi verso la democrazia furono compiuti. Il ruolo degli artisti subì un mutamento, da semplici artigiani come erano stati nel Medioevo, essi divennero parte dell'alta società.

Tale posizione sarebbe rimasta immutata negli anni a venire. Ecco come le arti divennero associate ed in relazione all'élite. Purtroppo, spesso i membri appartenenti a fasce sociali svantaggiate o minoritarie venivano esclusi dalla partecipazione, e quindi privati dei benefici connessi all'essere coinvolti.

## 2.4 PRATICHE SOCIALI

Le pratiche sociali che stanno diventando popolari in questi giorni, in cui l'arte è più una produzione collettiva o comunitaria che una creazione individuale, abbracciano entrambe queste prospettive.



*Immagine: Antony Gormley: L'Argilla e il Corpo Collettivo, 2009*

*Centinaia di abitanti di Helsinki hanno collaborato con l'artista per un periodo di dieci giorni alla realizzazione di queste sculture in argilla.*

In un certo senso, possono essere viste come legate al ruolo che le arti avevano prima del Rinascimento, nel Medioevo e nelle società più primitive. Tuttavia, la libertà creativa e lo spirito avventuroso dell'arte odierna hanno le loro radici nel Rinascimento, ma anche nell'arte d'avanguardia del XX secolo.

## 2.5 ARTE SOCIALE

Negli ultimi anni, l'organizzazione dei progetti artistici comunitari si è spostata dagli artisti individuali alle organizzazioni artistiche comunitarie, con operatori delle arti comunitarie appositamente formati per creare e sovrintendere questo tipo di iniziative. Anche l'obiettivo si è spostato leggermente. Inizialmente, si trattava principalmente di emancipazione e autoconsapevolezza, stimulate dall'artista, al fine di rafforzare la posizione di certi gruppi di popolazione. Attualmente, l'accento rimane principalmente sull'emancipazione e l'autoconsapevolezza, ma spesso con il governo che ne promuove l'impulso, avvalendosi dell'arte come strumento.

## 2.6 DEFINIZIONI

Dare una sola definizione chiara dell'arte sociale è complesso. Si tratta di entrare in contatto con le comunità e creare esperienze emotivamente coinvolgenti con esse. Per realizzarlo, sono necessari visionari, fautori del cambiamento, utopisti, con la capacità di influenzare la società.

Di seguito sono riportate alcune definizioni che è possibile trovare su Internet.

- L'arte sociale è un processo artistico e creativo che agevola una trasformazione positiva negli individui partecipanti, nei gruppi e nella società nel suo insieme.
- L'arte sociale è l'applicazione delle arti e della creatività alla trasformazione di individui, gruppi e società, lavorando con il proprio pubblico di riferimento, anziché per esso.
- Una pratica di arte sociale è quella in cui il mezzo artistico e creativo è semplicemente uno strumento per trasformare il vero scenario rappresentato da persone, gruppi e società.
- L'arte sociale è qualsiasi espressione artistica che mira a ispirare un impatto e un cambiamento sociali.
-



*Immagine: Il regista e scrittore teatrale brasiliano, Augusto Boal, presenta un workshop sul concetto di "teatro dell'oppresso", un metodo in cui mira a dare voce alle minoranze.*

## 2.7 COS'È UN ARTISTA SOCIALE?

Un artista sociale è qualcuno che unisce in sé le qualità di artista, agente di cambiamento sociale, facilitatore e visionario. L'artista sociale fa leva sulla pratica artistica, sulla dinamica di gruppo e su idee creative per agevolare il cambiamento.

Alcuni artisti sociali sono abili facilitatori che integrano la comprensione dei processi creativi e dell'uso delle arti nella loro pratica.

Altri sono artisti di spicco, musicisti, poeti o attori che decidono di utilizzare le proprie competenze per condurre programmi rivolti alle comunità. Alcuni sono invece leader visionari che acquisiscono abilità artistiche e di facilitazione per introdurre nuove idee nello spazio pubblico.

È importante sottolineare innanzitutto che la collaborazione rappresenta una delle condizioni essenziali per l'innovazione sociale. Gli artisti sociali devono possedere tre abilità chiave: l'ascolto profondo, l'abilità di esprimersi con sincerità e la capacità di essere completamente presenti.

Essi possono agire da catalizzatori per l'innovazione e l'azione a favore di tutti. Questo è il tipo di leadership che il XXI secolo sta cercando e che i migliori artisti sociali possono offrire.

È altresì importante evidenziare che la collaborazione costituisce una delle condizioni fondamentali per l'innovazione sociale. L'arte sociale è soprattutto basata sulla collaborazione.

In molte occasioni, un artista sociale realizzerà un'opera in co-creazione con una comunità locale. Questo genere di arte comunitaria spesso attraversa diverse discipline o si sviluppa in modo multidisciplinare. Poiché l'arte sociale viene spesso creata in collaborazione con una comunità, un maggior numero di persone, ed in modo particolare coloro che sono coinvolti nella sua realizzazione, apprezza il suo contenuto.

Gli artisti che si identificano con questo approccio devono comprendere che, per sua stessa natura, questo tipo di lavoro può essere circoscritto a livello locale e spesso è finanziato in modo modesto, il che rende più complesso svilupparlo o anche solo prenderlo in considerazione.

## 2.8 AFFERMAZIONI SULLE PRATICHE DI ARTE SOCIALE

L'arte sociale è un processo artistico e creativo che favorisce una trasformazione positiva negli individui, nei gruppi e nella società nel suo complesso.

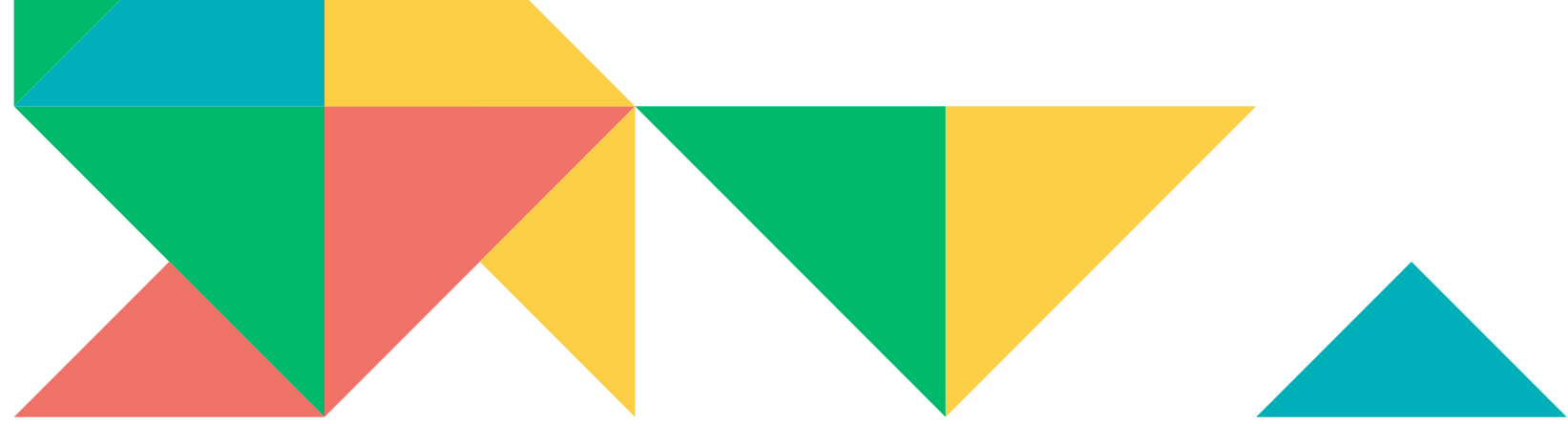
L'arte sociale è l'applicazione delle arti e della creatività alla trasformazione di individui, gruppi e società, lavorando con il pubblico di destinazione anziché per esso. Una pratica di arte sociale è una modalità in cui il mezzo artistico e creativo è uno strumento per trasformare la tela reale costituita da persone, gruppi e società.

## 2.9 ARTE COMUNITARIA

L'arte comunitaria ha avuto origine dall'idea di democrazia culturale. La democrazia culturale è emersa dopo la Seconda Guerra Mondiale e descrive pratiche in cui la cultura e l'espressione artistica sono generate da individui e comunità anziché da istituzioni di potere centrale. L'obiettivo della democrazia culturale è democratizzare la cultura al fine di sensibilizzare e apprezzare l'arte per la più ampia sezione possibile della società; e abbattere le barriere tra alta e bassa cultura per rendere l'arte accessibile a un pubblico più ampio.

Sebbene ci fossero state sperimentazioni precedenti in ciò che in seguito divenne noto come arte comunitaria, come quelle del movimento Preraffaellita del XIX secolo, non fu fino agli anni '40 del XX secolo che emerse il concetto di arte comunitaria e iniziò a essere visto come un modo per emancipare le persone. Le iniziative includevano la partecipazione di artisti visivi, attori e musicisti all'interno delle comunità per creare murales pubblici, opere teatrali e composizioni.





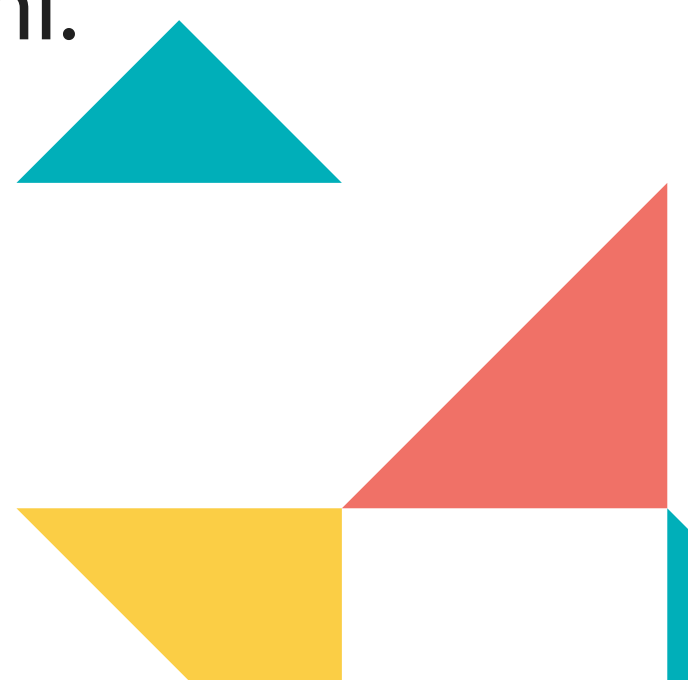
Negli anni '60, quando il cambiamento sociale era visto come una grande ambizione da molti, l'arte comunitaria fu vista come un modo per dare voce ai cittadini. In questo modo, l'arte comunitaria e le pratiche socialmente impegnate possono essere associate all'attivismo perché spesso trattano le stesse questioni politiche. Gli artisti che operano in questo campo dedicheranno spesso molto tempo a stabilire un collegamento con la specifica comunità che desiderano aiutare, educare o semplicemente collaborare. L'obiettivo degli artisti potrebbe essere aiutare questa comunità a lavorare verso un obiettivo comune, sensibilizzare e incoraggiare la conversazione su questioni, o forse migliorare le loro condizioni fisiche o psicologiche. Tuttavia, c'è il pericolo che si possa cadere in un dispregio arrogante della comunità nel pensare che, all'interno di un progetto artistico, si possano comprendere tutte le complessità di un luogo in breve tempo. Le pratiche socialmente impegnate o l'arte socialmente impegnata possono includere qualsiasi forma d'arte che coinvolga persone e comunità in dibattito, collaborazione o interazione sociale. Queste pratiche possono essere organizzate come risultato di un programma di sensibilizzazione o di educazione, ma molti artisti indipendenti le utilizzano anche all'interno del loro lavoro. L'elemento partecipativo è fondamentale, con le opere d'arte create che spesso hanno uguale o minore importanza rispetto all'atto collaborativo di crearle.

## 2.10 SVOLTA SOCIALE

Il termine "svolta sociale" è stato coniato dalla storica dell'arte Claire Bishop nel suo saggio del 2006 "L'Inversione Sociale: Collaborazione e i suoi Disagi". L'arte che opera sotto l'ombrello della svolta sociale tende a verificarsi al di fuori dei musei o delle gallerie, anche se questo non è sempre il caso. Poiché gran parte dell'arte è collaborativa e si concentra sul cambiamento sociale costruttivo, è raramente commerciale o basata su oggetti - due cose che sono considerate elitiste e consumistiche. Spesso, quando si discute della svolta sociale, si menziona anche il cineasta Guy Debord per la sua promozione di un'arte partecipativa in cui desiderava eliminare la posizione dello spettatore.

## 2.11 ARTE PUBBLICA E ARTISTI

Di solito, ma non sempre, l'arte pubblica è commissionata appositamente per il luogo in cui è situata. Monumenti, memoriali, statue civiche e sculture sono le forme più consolidate di arte pubblica, ma l'arte pubblica può anche essere transitoria, sotto forma di performance, danza, teatro, poesia, graffiti, manifesti e installazioni.






*Immagine: Joseph Beuys insegnando a Düsseldorf*

Spesso l'arte pubblica può essere utilizzata come strumento politico, come i manifesti propagandistici e le statue dell'Unione Sovietica o i murales dipinti dagli unionisti dell'Ulster in Irlanda del Nord, o più recentemente il lavoro dell'artista graffiti Banksy. L'arte pubblica può anche essere una forma di protesta civica, come nei graffiti spruzzati sul lato della metropolitana di New York negli anni '80.

## 2.12 JOSEPH BEUYS, SCULTURA SOCIALE

La scultura sociale è un'espressione utilizzata per descrivere un concetto ampliato dell'arte che è stato inventato

dall'artista e co-fondatore del Partito Verde Tedesco, Joseph Beuys. Beuys creò il termine "scultura sociale" per incarnare la sua comprensione del potenziale dell'arte di trasformare la società. L'idea centrale di uno scultore sociale è quella di un artista che crea strutture nella società utilizzando il linguaggio, i pensieri, le azioni e gli oggetti. Beuys aveva una visione unica delle scuole d'arte. Credeva che a tutti dovrebbe essere consentito di studiare e si rifiutava di essere vincolato da numerus clausus o dai requisiti di accesso tradizionali, come un portfolio. Nel tentativo di liberare l'accademia dall'elitismo, invitò tutti a unirsi alla sua classe, contro la politica scolastica. Nel luglio del 1971, Beuys accettò 142 candidati che erano stati originariamente respinti da altri professori. Dopo aver occupato gli uffici dell'accademia con un gruppo di candidati che avevano ricevuto



un rifiuto di ammissione, Beuys fu licenziato dal suo incarico. Gli studenti rifiutarono di accettare il licenziamento di Beuys. Alcuni risposero con scioperi della fame e petizioni, mentre colleghi artisti e scrittori, tra cui grandi nomi come Heinrich Böll, David Hockney e Gerhard Richter, scrissero lettere aperte chiedendo il suo reintegro. Beuys non avrebbe mai più messo piede nella scuola d'arte di Düsseldorf, ma sarebbe rimasto per sempre un insegnante per molte generazioni a venire.


## 2.13 CORITA KENT

Corita Kent è un'interessante figura al di fuori del mondo dell'arte e dell'istruzione. Ha utilizzato tutto ciò che la circondava come materiale di origine per il suo lavoro: non vedeva una distinzione tra cultura "alta" e "bassa", né pensava che il caos visivo della vita urbana fosse una cosa negativa. È stata influenzata dal movimento pop-art. Il suo lavoro abbraccia e trasforma molte cose banali. Nel 1965, Corita prese lo slogan pubblicitario di una compagnia petrolifera, "Power up", per realizzare una serie di quattro stampe che si combinano per formare un lavoro spettacolare di 3,5 metri che ispira all'azione. Corita non era solo un'artista: a 18 anni era diventata suora, una combinazione insolita. Sarebbe rimasta suora per tutta la vita. Divenne anche insegnante al Immaculate Heart College e capo del

dipartimento di arte. È qui che ha ideato le regole che l'hanno resa famosa, regole che ha affisso nella sua classe. Come educatrice incredibilmente impegnata e sperimentale, i suoi consigli riflettono il modo in cui ha incoraggiato i suoi studenti a lavorare sodo, ma anche a trarre piacere dal loro lavoro.

## 2.14 DESIGN SOCIALE

Collegato all'arte sociale c'è il cosiddetto design sociale. Si tratta di uno sviluppo relativamente nuovo. Si tratta di un design che cerca di proporre soluzioni per i problemi nella nostra società. Innovazioni che contemporaneamente soddisfano un bisogno sociale (in modo più efficace rispetto alle soluzioni esistenti) e portano a nuove o migliorate capacità e relazioni, nonché a un miglior utilizzo di risorse e beni. In altre parole, le innovazioni sociali sono sia benefiche per la società che ne migliorano la capacità di agire. Tuttavia, il design sociale spesso è realizzato per le comunità e non tanto con le comunità.




## IMMACULATE HEART COLLEGE ART DEPARTMENT RULES

- Rule 1 FIND A PLACE YOU TRUST AND THEN TRY TRUSTING IT FOR A WHILE.
- Rule 2 GENERAL DUTIES OF A STUDENT:  
PULL EVERYTHING OUT OF YOUR TEACHER.  
PULL EVERYTHING OUT OF YOUR FELLOW STUDENTS.
- Rule 3 GENERAL DUTIES OF A TEACHER:  
PULL EVERYTHING OUT OF YOUR STUDENTS.
- Rule 4 CONSIDER EVERYTHING AN EXPERIMENT.
- Rule 5 BE SELF DISCIPLINED. THIS MEANS FINDING SOMEONE WISE OR SMART AND CHOOSING TO FOLLOW THEM.  
TO BE DISCIPLINED IS TO FOLLOW IN A GOOD WAY.  
TO BE SELF DISCIPLINED IS TO FOLLOW IN A BETTER WAY.
- Rule 6 NOTHING IS A MISTAKE. THERE'S NO WIN AND NO FAIL. THERE'S ONLY MAKE.
- Rule 7 The only rule is work.  
IF YOU WORK IT WILL LEAD TO SOMETHING.  
IT'S THE PEOPLE WHO DO ALL OF THE WORK ALL THE TIME WHO EVENTUALLY CATCH ON TO THINGS.
- Rule 8 DON'T TRY TO CREATE AND ANALYSE AT THE SAME TIME. THEY'RE DIFFERENT PROCESSES.
- Rule 9 BE HAPPY WHENEVER YOU CAN MANAGE IT. ENJOY YOURSELF. IT'S LIGHTER THAN YOU THINK.
- Rule 10 "WE'RE BREAKING ALL OF THE RULES. EVEN OUR OWN RULES. AND HOW DO WE DO THAT? BY LEAVING PLENTY OF ROOM FOR X QUANTITIES." JOHN CAGE
- HELPFUL HINTS: ALWAYS BE AROUND. COME OR GO TO EVERYTHING. ALWAYS GO TO CLASSES. READ ANYTHING YOU CAN GET YOUR HANDS ON. LOOK AT MOVIES CAREFULLY, OFTEN. SAVE EVERYTHING-IT MIGHT COME IN HANDY LATER.  
THERE SHOULD BE NEW RULES NEXT WEEK.



# CONCLUSIONE

Le pratiche sociali nelle arti sono state presenti dalla fine della seconda guerra mondiale, forse anche prima. Ci sono molte pratiche che hanno nomi diversi. Quello che hanno in comune è che soddisfano un bisogno sociale e lavorano con o per le comunità, cercando di potenziarle o di proporre soluzioni per alcuni dei loro problemi. La partecipazione e la co-creazione sono fondamentali in molti di questi progetti. Spesso l'artista ha il ruolo di facilitatore, generando la "saggezza della folla" con cui lavora. L'arte pubblica prodotta in una pratica sociale può essere molto varia. Può essere più tradizionale, come un murale o una scultura, ma ci sono molte altre forme che può assumere o discipline che possono essere utilizzate, come danza, teatro, poesia, graffiti, manifesti e installazioni o performance.



# 3. RISULTATI DELLA RICERCA

Quando abbiamo strutturato le basi metodologiche della nostra ricerca siamo partiti da alcune certezze in merito al prodotto che volevamo ottenere. Il progetto ART NO STOP è stato pensato per creare un modello innovativo di alta sostenibilità nel settore sociale ed artistico; un modello che cali letteralmente l'arte all'interno di realtà sociali divenendone parte integrante, attiva ed essenziale e, nel contempo garantendo sostenibilità economica sia agli artisti che alle comunità che li accolgano. Partendo da questa premessa la nostra ricerca non poteva che essere di tipo qualitativo, nella speranza di individuare modelli che potessero rappresentare input per il modello da implementare.

## 3.1 PROFESSIONISTI COINVOLTI

Ogni organizzazione ha coinvolto due ricercatori di differente profilo: un professionista dell'area artistica sensibilizzato per esperienze di lavoro sociale ed un professionista dell'area socio-psico-pedagogica. Tale scelta, che tutte le organizzazioni hanno deciso di adottare, è giustificata dalla necessità di tenere sempre alto il focus sull'ibridazione del mondo artistico con quello sociale.

### DORA FANELLI

Mediatrice interculturale con oltre 10 anni di esperienza nella gestione di progetti sociali dedicati a gruppi vulnerabili. Oltre alla sua vasta esperienza in campo sociale, ha una carriera professionale dedicata all'arte, al teatro e al mondo dell'audiovisivo a livello internazionale. Ben 15 anni fa ha deciso di trovare un collegamento tra il mondo artistico e quello sociale, creando legami permanenti e vantaggiosi per entrambi i settori, spaziando dal teatro nelle carceri alla promozione di festival artistici nelle comunità di accoglienza. Coordina tutti i progetti artistici della Fundación Escuela de Solidaridad.

### AYELEN BURSZTYN

Terapista occupazionale con significative esperienze di lavoro con gruppi vulnerabili in quartieri svantaggiati di Buenos Aires (Argentina). Da tre anni si dedica alla pianificazione e alla gestione di progetti rivolti alle esigenze dei gruppi accolti nella comunità FES. Considerando i suoi studi presso l'accademia teatrale di Buenos Aires, il suo lavoro è strettamente legato alla ricerca e all'approfondimento dell'arte e delle sue declinazioni come strumento di intervento artistico nel sociale..



## WOLFGANG HAUCK

Project manager tedesco con oltre 20 anni di esperienza nella gestione di progetti culturali a livello locale, nazionale e internazionale. In Germania ha promosso iniziative innovative e permanenti in quartieri svantaggiati utilizzando la cultura e l'arte come strumento di valorizzazione. In particolare, ha una vasta esperienza nel mondo del teatro e negli aspetti artistici legati alla creazione di costumi di scena, spazi teatrali, movimenti e scenografie.

## ANKE NEUDEL

Professionista tedesca con anni di esperienza, partecipazione e collaborazioni in progetti Erasmus+ con l'organizzazione DieKunBaustelle. In questo ambito ricopre ruoli di gestione e coordinamento di progetti. Il suo lavoro nell'organizzazione come project manager si è concentrato in particolare sulla creazione di una rete di nuove collaborazioni artistiche con cui pianificare interventi nei quartieri emarginati di Augusta(Germania).

## ANKIE TILL

Manager in campo artistico con una lunga carriera professionale. Nel corso della sua esperienza si è specializzata in particolare nel mondo della danza e del teatro. Durante la sua carriera professionale, 10 anni fa è entrata in contatto con il mondo del lavoro sociale, che l'ha portata a promuovere progetti artistici nel campo delle carceri.


Attualmente nei Paesi Bassi gestisce diversi progetti legati al reinserimento e all'educazione degli adulti utilizzando strumenti artistici.

## ED SANTMAN

aureato in Belle Arti a Rotterdam, presenta ampia esperienza professionale come pittore ed educatore in scuole d'arte e scuole formali. A partire dal lavoro come insegnante d'arte in carcere ha iniziato a lavorare con gruppi svantaggiati attraverso l'arte, la musica e il teatro. Ha coordinato l'educazione artistica nelle carceri olandesi ed è uno dei fondatori di Changes and Chances, una ONG che lavora nei Paesi Bassi con diversi gruppi emarginati.

## SILVIA PARADISO

Assistente sociale ed educatrice, fondatrice della prima comunità per madri e bambini della regione Puglia (IT). Da oltre 20 anni lavora in questa zona, una delle più disagiate del Paese, promuovendo attività educative e di sostegno emotivo. Nei suoi interventi lavora molto con lo strumento della bioenergetica, in cui è specializzata da anni. Grazie a una collaborazione permanente con un circo sociale locale, promuove l'arte e il circo sociale come strumento di intervento e di benessere psico-emotivo all'interno delle comunità che gestisce.



## GABRIELE CAGNAZZO

Danzatore e performer professionista italiano. Da oltre 10 anni è in contatto con il mondo del clown e del circo scoprendo le potenzialità di questo strumento negli interventi sociali con bambini e adolescenti. Attualmente promuove il circo sociale e il clown come strumenti di empowerment, di prevenzione di atteggiamenti autolesionistici e suicidi e come strumento di inclusione di bambini in situazioni di vulnerabilità. Coordina la cooperativa sociale Ten Rock che ha uno chapiteau con sede in una delle comunità della Cooperativa Sociale Il Faro in Puglia dove lavora con i bambini e le madri della comunità utilizzando strumenti artistici.

## 3.2 MAPPATURA DEL TERRITORIO

La prima parte delle attività preparatorie della ricerca ha visto i ricercatori impegnati nella mappatura del territorio di progetti significativi ai fini della ricerca. Tale mappatura è stata effettuata sia grazie alla conoscenza delle realtà collocate nel territorio provinciale e regionale dei partner, sia tramite suggerimenti delle stesse realtà conosciute ed interpellate.

## 3.3 RICERCA ONLINE

Una seconda parte delle attività preparatorie della ricerca ha visto i ricercatori impegnati nella ricerca online di progetti sociali che includessero attività artistiche o di progetti artistici accolti o svolti all'interno di strutture socio-assistenziali.

La ricerca si è svolta per ricerca di parole chiave, consapevoli di come il motore semantico di google potesse sicuramente aiutarci nell'individuazione di realtà non note, collocate in territori differenti da quelli di localizzazione delle organizzazioni partner di progetto.

## 3.4 INTERVISTA SEMISTRUTTURATA E INTERVISTA NARRATIVA

L'intervista è stato uno degli interventi chiave in questa ricerca qualitativa. L'intervista semi-strutturata è stata una delle tecniche adottate, prevedendo la possibilità di interviste in profondità e dibattiti con individui della stessa organizzazione con professioni differenti.





Nell'intervista semi-strutturata le domande poste agli intervistati sono state quelle predefinite che tutti i partner di progetto hanno utilizzato, lasciando però spazio all'intervistato di muoversi in modo non limitato.

In alcuni casi, in particolare per alcune delle realtà scelte come buone prassi, c'è stata una seconda fase dell'intervista che ha invece avuto un risvolto narrativo, interessati, i ricercatori, ad approfondire l'emotività e le storie di vita dietro le quinte del progetto sociale o artistico iniziale.

La scelta di non effettuare un'intervista strettamente narrativa è dovuta alla necessità di dover raccogliere i dati di tutte le interviste con possibilità facilitata di lettura.

La successiva possibilità di "scivolare" in un'intervista narrativa è stata di fatto la mediazione rispetto alla propensione dei ricercatori del gruppo ad interviste qualitative di tipo strettamente narrativo.

Si riporta di seguito lo schema utilizzato per le interviste semi-strutturate.



NO CHECK	Nome originale del progetto	Nome del progetto in inglese	Motto
----------	-----------------------------	------------------------------	-------

ORGANIZZAZIONE	INDIRIZZO	CAP	CITTÀ	PAESE	TEL	EMAIL	WEB
CONTATTI							

TARGET GROUP-1	TARGET GROUP-2	TARGET GROUP-3	TARGET GROUP-4
TARGET GROUP			

DESCRIZIONE 300 caratteri	ATTIVITÀ ARTISTICA E SOCIALE Descrizione 500 caratteri	Elementi di successo della cooperazione	Attività 1 Parole chiave	Attività-2	Attività -3
ORGANIZZAZIONI 300 per organizzazione	ATTIVITÀ ARTISTICA E SOCIALE 500 CARATTERI				

PRODUZIONE ARTISTICA-1	PRODUZIONE ARTISTICA-2	PRODUZIONE ARTISTICA-3
PRODUZIONE ARTISTICA		

PRODUZIONE TECNICA- 1	PRODUZIONE TECNICA-2	PRODUZIONE TECNICA-3
PRODUZIONE TECNICA		

PRODUZIONE ESECUTIVA-1	PRODUZIONE ESECUTIVA-2	PRODUZIONE ESECUTIVA-3	PRODUZIONE ESECUTIVA-4
PRODUZIONE ESECUTIVA			

descrizione dei servizi	Servizio-1	Servizio-2	Servizio-3	Servizio-4
Servizio offerto all'artista: max 1000				

IMMAGINI	VIDEO
----------	-------

COMMENTI

## 3.5 RISULTATI

I risultati della ricerca evidenziano forti differenze nei contesti socio-politico-culturali di appartenenza dei vari partner di progetto, ovvero Spagna, Italia, Germania e Paesi Bassi.

In particolare la ricerca ha evidenziato quanto segue.

- Netta differenza di attenzione che a livello socio-politico viene dedicata ai progetti artistici e sociali in Germania e Paesi Bassi, sia in termini di partecipazione attiva degli amministratori, che di stanziamento di fondi dedicati;
- Netta differenza nella preparazione culturale artistica di assistenti sociali ed educatori/educatrici nei Paesi Bassi, che vedono l'arte tra le loro materie di studio come strumento concreto per l'attivazione della relazione educativa e dell'integrazione sociale;
- Forte propensione delle organizzazioni dei Paesi Bassi e della Germania ad attivare azioni di marketing fortemente strutturate in favore dei propri progetti, sia attraverso azioni pubblicitarie vere e proprie, sia attraverso testimonial che promuovono il progetto o lo sostengono con opere intellettuali (ad esempio designer famosi che disegnano modelli di articoli artistici da produrre a cura di persone in area di svantaggio e li firmano per facilitarne la vendita);
- Netta differenza di fondi pubblici dedicati a progetti artistici e la netta differenza di rette giornaliere che le comunità di accoglienza ricevono per i progetti di supporto alle persone in area di svantaggio accolte in forma residenziale e diurna;
- Netta capacità di maggiore coinvolgimento della partecipazione attiva gratuita da parte dei cittadini nei Paesi Spagna ed Italia;
- Differenti target di coinvolgimento: pur trovando come target prevalente in tutti i 40 progetti esaminati quello dei minori, delle persone in emarginazione sociale, della disabilità e dei migranti, si evidenziano in Germania e Paesi Bassi progetti a favore degli anziani e progetti di prevenzione a favore di giovani artisti; in Spagna ed Italia si riscontrano invece progetti a favore di donne, popolazione rom, senzatetto.



# 4. I RUOLI NEGLI EVENTI ARTISTICI E NELLE ORGANIZZAZIONI SOCIALI

## 4.1 RUOLI NEGLI EVENTI

### 4.1.1 PERFORMER/ATTORE

L'artista è l'esecutore e il volto del progetto, come voce solista, strumentista, rapper, attore, giocoliere. È una persona creativa e ha le sue esigenze

### 4.1.2 DIRETTORE ARTISTICO

Il direttore artistico è l'amministratore delegato di organizzazioni artistiche come l'orchestra, l'opera, la danza, le compagnie teatrali. Oltre a pianificare e attuare una visione a lungo termine per la compagnia, i direttori artistici assumono talenti per le performance e la produzione, selezionano il repertorio della stagione e probabilmente producono, dirigono o dirigono loro stessi. Programmano la stagione del teatro, del club, dello chapiteau e prenotano gli artisti che sceglie.

### 4.1.3 TOUR MANAGER

Il tour manager impediscono che la tournée vada completamente in tilt. Devono essere bravi a organizzare e a destreggiarsi tra gli incarichi,

perché sono quelli che si assicurano che tu riesca a portare a termine tutti i tuoi impegni il giorno stesso (Per esempio, se avete un'intervista con la stampa e un incontro e un saluto, loro si assicurano che arrivate in tempo). Sono anche quelli che si assicurano che la vostra camera d'albergo sia pronta, che il locale abbia ciò che vi serve, ecc. Sono una sorta di ancora di salvezza per il tour.

### 4.1.4 INGEGNERE AUDIO

Sono le persone che mixano le vostre canzoni e le fanno suonare come volete. Esistono diversi tipi di ingegnere audio:

- L'ingegnere di registrazione è responsabile della cattura del suono e della sua manipolazione in studio. Avrà a che fare con l'audio analogico e digitale, con i compressori, i microfoni e il flusso del segnale, e in genere combinerà tecniche di registrazione tradizionali e tecnologiche per registrare la musica.



- Il tecnico FOH (Front Of the House) si occupa di mixare l'audio per il pubblico e spesso opera dal centro del pubblico o dalle ultime file. I segnali in uscita dalla console FOH si collegano a un sistema di amplificazione.
- Il tecnico del suono dal vivo è colui che miscela e bilancia più suoni in un evento dal vivo utilizzando una console di missaggio, materiale preregistrato, voci e strumenti. I suoni vengono equalizzati, instradati e amplificati attraverso gli altoparlanti.

### 4.1.5 BOOKING AGENT

Il ruolo dell'agente di booking è quello di portare la band sul palco. L'agente di booking è la persona che prenota il vostro tour, si assicura che veniate pagati e cerca di farvi ottenere un buon posto nella scaletta. Di solito viene pagata una percentuale di quanto guadagnate sul palco quella sera, il che significa che probabilmente dovete fare soldi prima che siano interessati. Gli agenti di booking facilitano gran parte della logistica delle esibizioni dal vivo, tra cui la ricerca di luoghi per i concerti, la negoziazione degli accordi, l'organizzazione delle attrezzature tecniche e l'ospitalità. Il Tourbook è la cosa più importante per il tour manager, con tutte le informazioni di cui ha bisogno per svolgere il suo lavoro.

### 4.1.6 RESPONSABILE DI PRODUZIONE

Il direttore di produzione è la persona di riferimento per l'artista e ha la visione "a tutto tondo" dell'intera produzione, il che significa che gestisce, anticipa e coordina tutto ciò che riguarda la produzione: audio, allestimento, luci, video, trasporti, personale di produzione del tour, oggetti di scena/scenografia, macchinisti, energia, logistica, ecc. Una parte del suo lavoro si svolge in anticipo per telefono e via e-mail, parlando con i locali e i promotori delle varie esigenze dell'artista.

### 4.1.7 PROGETTISTA LUCI

Il lighting designer è in parte tecnico e in parte artista. Il loro mezzo di comunicazione è l'illuminazione e sono altamente qualificati con una varietà di apparecchi e tecniche. Inoltre, sa quali approcci illuminotecnici daranno risultati specifici, assicurandosi di poter utilizzare la tecnologia disponibile per ottenere determinati risultati. Il lighting designer di solito si coordina molto con il regista e il direttore artistico per determinare quale tipo di immagini legate all'illuminazione creeranno il risultato desiderato sul palco.

## 4.1.8 COSTUMISTA

Il costumista è responsabile del team di costumisti: progetta, crea o adatta gli elementi di abbigliamento indossati dagli attori in una produzione cinematografica, teatrale o di strada.

I costumisti hanno competenze simili a quelle dei tradizionali stilisti di moda, ma devono anche soddisfare le richieste uniche ed eccentriche del direttore creativo, degli artisti o del regista di teatro, film, musica, spettacolo.

Nell'assemblare i costumi, lo stilista deve assicurarsi che ogni abito comunichi efficacemente le esigenze della performance/spettacolo.

## 4.1.9 SCENOGRIFO

Gli scenografi, o scenografi, progettano e creano le scene che compongono uno spettacolo teatrale o qualsiasi tipo di evento, dal vivo o registrato, in cui è richiesta la creazione di uno spazio con ambientazioni o clima specifici.

Costruiscono queste scene dal punto di vista architettonico attraverso le decorazioni, gli arredi, gli oggetti, gli effetti visivi, ecc. La scenografia è impiegata in ogni tipo di evento/spettacolo come il teatro, le passerelle di moda, le serie televisive, le pubblicità, gli spettacoli di strada, i concerti, gli eventi di pubbliche relazioni, ecc.

## 4.1.10 MANAGER

### DELL'OSPITALITA'

L'hospitality manager deve preparare la richiesta dell'artista che è arrivata con un documento chiamato rider.

li artisti e il team tecnico hanno bisogno di ore e ore per allestire lo spettacolo e fare le prove, quindi arrivano molto presto rispetto all'orario dello spettacolo e non hanno tempo per uscire a comprare cose o mangiare, quindi chiedono cibo (panini, dolci, frutta secca, formaggi, frutta, verdura...) bevande e servizi.

## 4.1.11 ARTISTA VISIVO

Un artista visivo crea opere d'arte utilizzando una varietà di materiali. Un artista visivo può disegnare immagini, lavorare con la pittura, sviluppare murales, progettare in 3D, creare video e videoarte o creare arte con mezzi misti. Sebbene molti artisti visivi creino opere d'arte solo per esporle nelle gallerie e venderle ai collezionisti, è possibile lavorare anche in una varietà di altri campi.

## 4.1.12 ADDETTI STAMPA

Gli addetti stampa rispondono alle richieste dei giornalisti, scrivono comunicati stampa, cercano di interessare i giornalisti alle storie e alle campagne della loro organizzazione, organizzano i colloqui dei portavoce con la stampa e monitorano la copertura mediatica. Gli addetti stampa lavorano solitamente per grandi organizzazioni, anche se in settori diversi, come le aziende del settore privato, gli enti pubblici/governativi e le associazioni di beneficenza.

Il responsabile dei media occupa una posizione molto importante in questo campo, poiché è questo professionista che aiuta l'azienda/artista/ente a raggiungere il pubblico. Sviluppa ed esegue la strategia dei social media e la riferisce al responsabile marketing dell'organizzazione. Il responsabile dei media Il responsabile dei media occupa una posizione molto importante in questo campo, poiché è questo professionista che aiuta l'azienda a raggiungere il pubblico. Sviluppa ed esegue la strategia dei social media per riferirla al responsabile marketing dell'organizzazione e per garantire che venga trasmesso un messaggio di marketing adeguato che rafforzi la posizione dell'azienda. Identificare e interpretare le tendenze popolari nei social media.

## 4.1.13 FOTO/VIDEO

Qualsiasi tipo di evento culturale richiede qualcuno che faccia foto e video. Non importa che si tratti di professionisti con attrezzature di ultima generazione, ma che si sappia come realizzare belle immagini e video che trasmettano l'energia della performance. Foto e video possono essere utili per innumerevoli motivi: semplice archivio, video di revisione per capire gli errori e migliorare, foto e video per creare contenuti promozionali sui social, cortometraggi, libretti, foto di copertina, articoli per riviste, volantini, documentari su un determinato spettacolo/festival.

Ci sono molti altri ruoli in una produzione artistica come truccatori, parrucchieri, runner, etc. Nel nostro sito web [www.artnostop.com](http://www.artnostop.com) nella sezione "Corsi" possiamo trovare un manuale dettagliato relativo a questi ruoli.





## 4.2 RUOLI NELLE ORGANIZZAZIONI SOCIALI

### 4.2.1 RESPONSABILE DEL CENTRO CHE ACCOGLIE LA RESIDENZA ARTISTICA

Il responsabile degli spazi a disposizione:

- analizza la richiesta e sentito il responsabile degli spazi artistici, risponde alla richiesta dell'artista/della compagnia indicando le disponibilità eventuali in termini di spazi ed orari e le tipologie di accordo disponibili in termini di reciproca sostenibilità economica (vedi allegati).
- rispetto alla tipologia della richiesta contatta la coordinatrice delle accoglienze per la presentare la nuova opportunità;
- laddove il numero degli ospiti partecipanti individuato dallo staff sia inferiore a quello possibile lo stesso responsabile ha il compito di attivare una call verso le famiglie esterne, prevedendo l'iscrizione con un contributo liberale;
- convoca la riunione tra il coordinatore del centro di accoglienza, la pedagoga degli ospiti inseriti e l'artista al fine di presentare gli obiettivi sui quali si sta lavorando nella comunità, condividendoli nell'ottica di una collaborazione in merito attraverso le nuove attività proposte;


- supervisiona le attività e ne verifica la coerenza con quanto concordato.

### 4.2.2 COORDINATRICE DEL CENTRO DI ACCOGLIENZA

- A seguito del contatto da parte del referente del centro informa l'équipe socio-educativa sulla possibilità di offerta non formale da parte dell'artista in accoglienza.
- L'équipe approva l'offerta formativa a favore delle persone accolte, individuando gli ospiti da coinvolgere.
- Partecipa al primo incontro con l'artista ed il responsabile dello spazio e di definire gli obiettivi da raggiungere sui casi inseriti.

### 4.2.3 PEDAGOGISTA/ EDUCATRICE PROFESSIONALE

La pedagoga/educatrice professionale:

- partecipa al primo incontro con l'artista ed il responsabile dello spazio al fine di definire gli obiettivi da raggiungere sui casi inseriti;
  - effettua verifiche periodiche per confrontarsi su quanto attuato e su eventuali osservazioni/considerazioni dell'artista stesso;
  - aggiorna il piano educativo in base agli obiettivi conseguiti.
- 

#### **4.2.4 STAFF EDUCATIVO**

E' compito dello staff educativo:

- incentivare la partecipazione alle attività;
- raccogliere osservazioni/racconti alla fine dell'attività da parte del partecipante e registrarle sul diario giornaliero.

#### **4.2.5 STAFF DEI VOLONTARI**

E' compito dello staff volontari:

- accompagnare i partecipanti;
- curare gli spazi e predisporli in base alle attività;
- essere di supporto alle attività stesse.

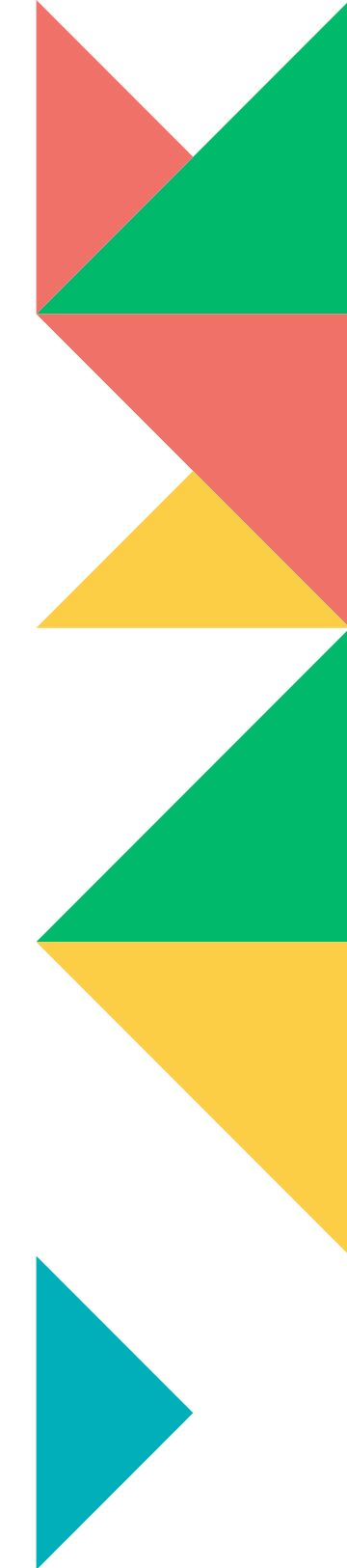
#### **4.2.6 STAFF PERSONE VULNERABILI ACCOLTE**

Le persone con vulnerabilità accolte nei centri sociali saranno formate attraverso i moduli formativi esposti nella seguente guida ed i video tutorial i cui link sono riportati in calce alla descrizione dei moduli formativi.

Sarà loro compito:

- accogliere gli artisti all'arrivo;
- occuparsi, laddove richiesto, della preparazione dei pasti;
- curare gli spazi unitamente ai volontari;
- fungere da tutor nelle differenti attività, tenuto conto della conoscenza degli spazi e dei luoghi ove potrebbero essere riposti oggetti/attrezzature necessarie per le attività.

Inoltre, ove possibile, possono partecipare alle attività, acquisendo abilità e competenze utili sia ai fini della costruzione di percorsi di resilienza, sia ai fini lavorativi.





# 5. TRASFORMAZIONE DELLO SPAZIO SCENICO

## 5.1 INTRODUZIONE

Lo spazio scenico, inteso come il luogo fisico o immaginario in cui si manifesta un atto di musica, danza o teatro, si è trasformato nel corso della storia, accogliendo diversi rituali, divinità, umani, religioni, culture, poteri e sogni. Il suo potere è sempre stato legato alla rappresentazione di idee e desideri e alla manifestazione di apprezzamenti.

Anche il linguaggio è cambiato nel tempo, cercando attraverso l'architettura e la scenografia il potere di rappresentare in modo più chiaro le idee degli artisti agli spettatori, agli dei o al mondo. Da un certo punto in poi, sono consentite le stesse libertà creative che sono state concesse un tempo ai miti.

Lo spazio scenico ha acquisito flessibilità e inclusione lungo il suo percorso storico, sia in termini di infrastrutture fisiche che di diversità umana e artistica. Vivere lo spazio scenico oggi pone innanzitutto una serie di domande, che trovano risposta in ogni luogo, interprete, artista, regista e nella loro magia nel creare alchimie di forme, luci, colori e suoni.

Come comunichiamo una tragedia? Quali suoni ci conducono a un evento melanconico?

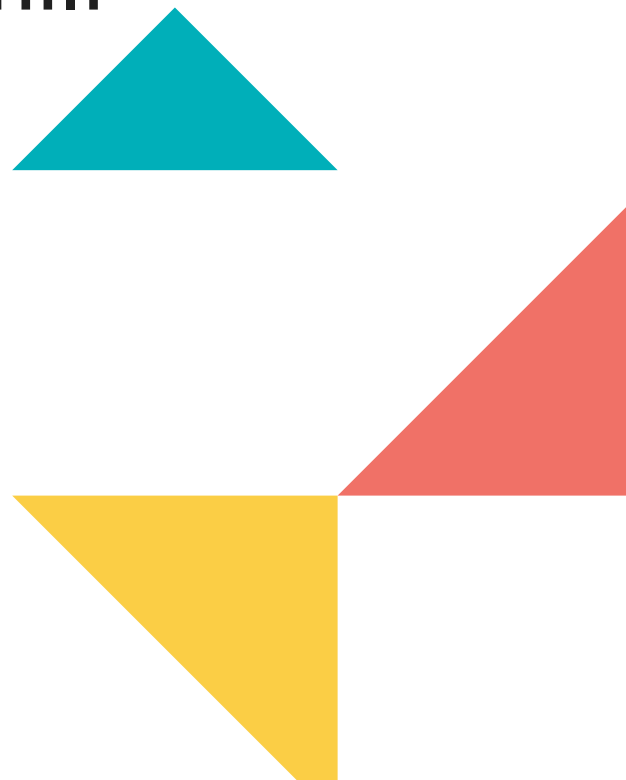
Come si muove un corpo che prova gioia? Quale spazio contiene silenzio o trambusto?

Nelle prossime pagine analizzeremo le forme dello spazio che ospitano l'arte, la cultura che ha influenzato ogni epoca e le persone legate a questi mezzi, sia nel loro sviluppo storico che nell'attualità. Con l'obiettivo di contribuire a ampliare la portata e le possibilità del concetto di scenario e messa in scena.

Consideriamo l'arte come uno strumento sociale che potenzia processi interni, che dà voce a narrazioni meno ascoltate, che affronta questioni scomode. Tutto ciò al fine di continuare ad espandere la dimensione del concetto scenico e promuovere strumenti che rafforzino i legami di gruppo, forniscano sicurezza e sostegno negli ambienti artistici.

## 5.2 MAGIC AND ART IN ITS BEGINNINGS

Non è difficile immaginare che in un passato lontano l'essere umano avesse la necessità di comunicare con i propri simili e con le proprie divinità: per chiedere aiuto, impartire ordini, rifiutare o ringraziare, esprimere paure e affetti.



I nostri antenati stavano inventando la comunicazione. Oggi, nel mondo occidentale, risolviamo quasi tutto con il linguaggio orale e articolato, mentre in quel periodo facevano ricorso a tutto il loro essere: ai piedi, alle mani, all'espressione dei loro volti e alla voce attraverso le modulazioni di tono e volume. Insomma, al corpo intero e alle sue potenzialità.

Se pensiamo alle arti effimere, il riconoscimento del ritmo iniziò osservando i cicli naturali del giorno e della notte, delle stagioni, della vita e della morte, del suono del cuore. Pian piano questo ritmo accompagnò i movimenti e le danze, che, guidati in un trance o rituale, stabilivano il legame con gli dèi. I riti erano momenti in cui la comunità si riuniva e stabiliva ordini sociali con la distribuzione di compiti. Erano anche situazioni di estasi e di abbandono al piacere.

La madre terra come prima divinità era benedetta da vari riti in cui si ballava intorno al fuoco, in un grande pozzo o in cima a una montagna, sempre in stretto contatto con la natura e la comunità. Durante le cerimonie, le danze si organizzavano in cerchi, che simboleggiavano qualcosa che non ha né inizio né fine. Nelle loro rappresentazioni venivano utilizzati alcuni elementi come la maschera, che inizialmente era legata alla morte, la morte dell'ego che ci permette di approfondire il nostro io interiore e ritornare alle nostre origini più fantastiche e misteriose.

La relazione tra le arti sceniche e la magia è una costante sin dai tempi preistorici. Nelle società primitive la musica, l'interpretazione e la danza, indissolubilmente unite dal componente ritmico, svolgono un ruolo importante legato alla celebrazione di atti rituali che univano la comunità. Oggi nelle arti sceniche è permesso rappresentare l'immaginario, comunicare ciò che è proibito, celebrare le conquiste o danzare le lotte. In quel luogo scenico, la magia esiste e si lega direttamente alla società.



**Immagine: "La Danza di Cogul". Pittura rupestre, scena di danza. Trovata nella Roca de los Moros, Catalogna, Spagna.**

## 5.3 TEATRO CLASICO GRECO- ROMANO

A partire dal IV secolo a.C., diverse società hanno apportato cambiamenti alle cerimonie dando luogo a tre situazioni dalle quali osservare o far parte degli atti: come interprete, come spettatore o come architetto. I rituali nei quali i partecipanti si incontravano fra di loro hanno iniziato a prendere forma. Man mano che l'ascesa dei sistemi patriarcali guadagnava terreno, il sistema matriarcale declinava e con esso le dee.

I dèi mitologici divennero oggetto di venerazione e per secoli tutte le rappresentazioni e i riti rispondevano a loro. Le festività delle Dionisie diedero origine alle prime interpretazioni, e le cerimonie al dio del vino fecero riflettere gli architetti, le giornate di festa duravano da 12 a 24 ore, talvolta anche 3 giorni, e la partecipazione della società era quasi totale. Nelle loro scene il dialogo era più utilizzato rispetto all'azione.

Nacque così il Teatro Greco, con la tragedia e successivamente la commedia e la satira. In scena troviamo il Coro, composto da oltre 15 uomini che intonavano un canto lirico accompagnati da uno o due attori.

### PARTES DEL TEATRO GRIEGO

- A. «Koilon»
- B. «Skené»
- C. «Orchestra»

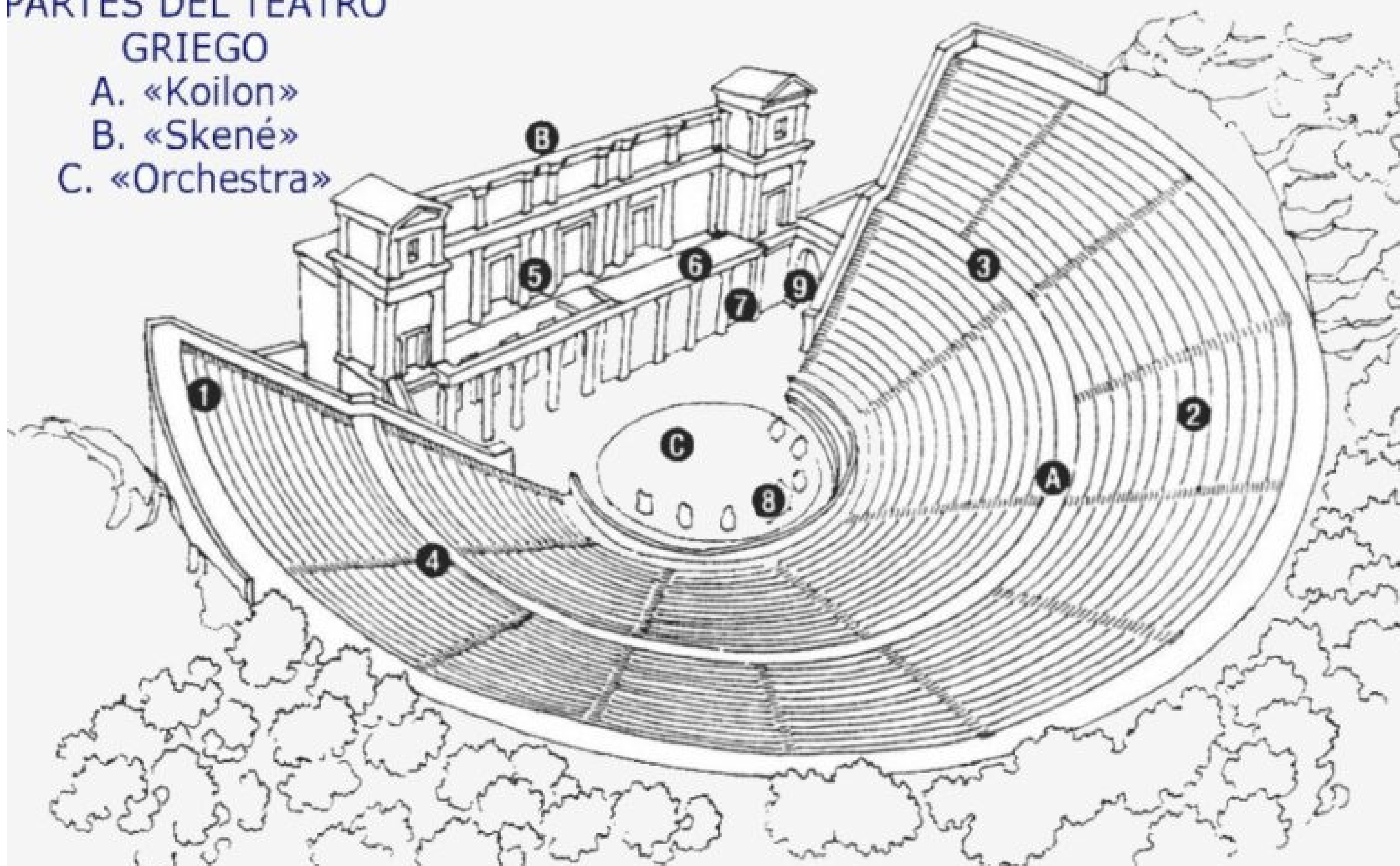


Immagine: Schema di Teatro Greco

Le donne non partecipavano in questa fase.

Lo spazio fisico che conteneva il teatro greco si appoggia su una collina naturale mediante un sistema di gradinate, il Koilon, con forma ultrasemicircolare intorno al coro, l'Orchestra, che si trova a livello del suolo, di forma circolare. Questi teatri potevano ospitare più di 15.000 persone. Vi si accedeva attraverso due corridoi ai lati, i párodos. La skené era il luogo in cui si trovavano gli attori solisti; la parte anteriore era il cosiddetto proskênion, mentre la parte posteriore serviva agli attori per cambiarsi i costumi e aspettare prima e dopo gli spettacoli. Per quanto riguarda il teatro romano, la caratteristica principale sono gli archi a tutto sesto e le volte a botte che danno

luogo alla cavea; non era più necessario appoggiarlo su una collina. Un'altra differenza si osserva a livello del suolo: è presente la pianta semicircolare, anziché quella prevalentemente circolare greca, così come la presenza del sipario. Presenta 3 parti distinte: scaenae, orchestra e cavea.

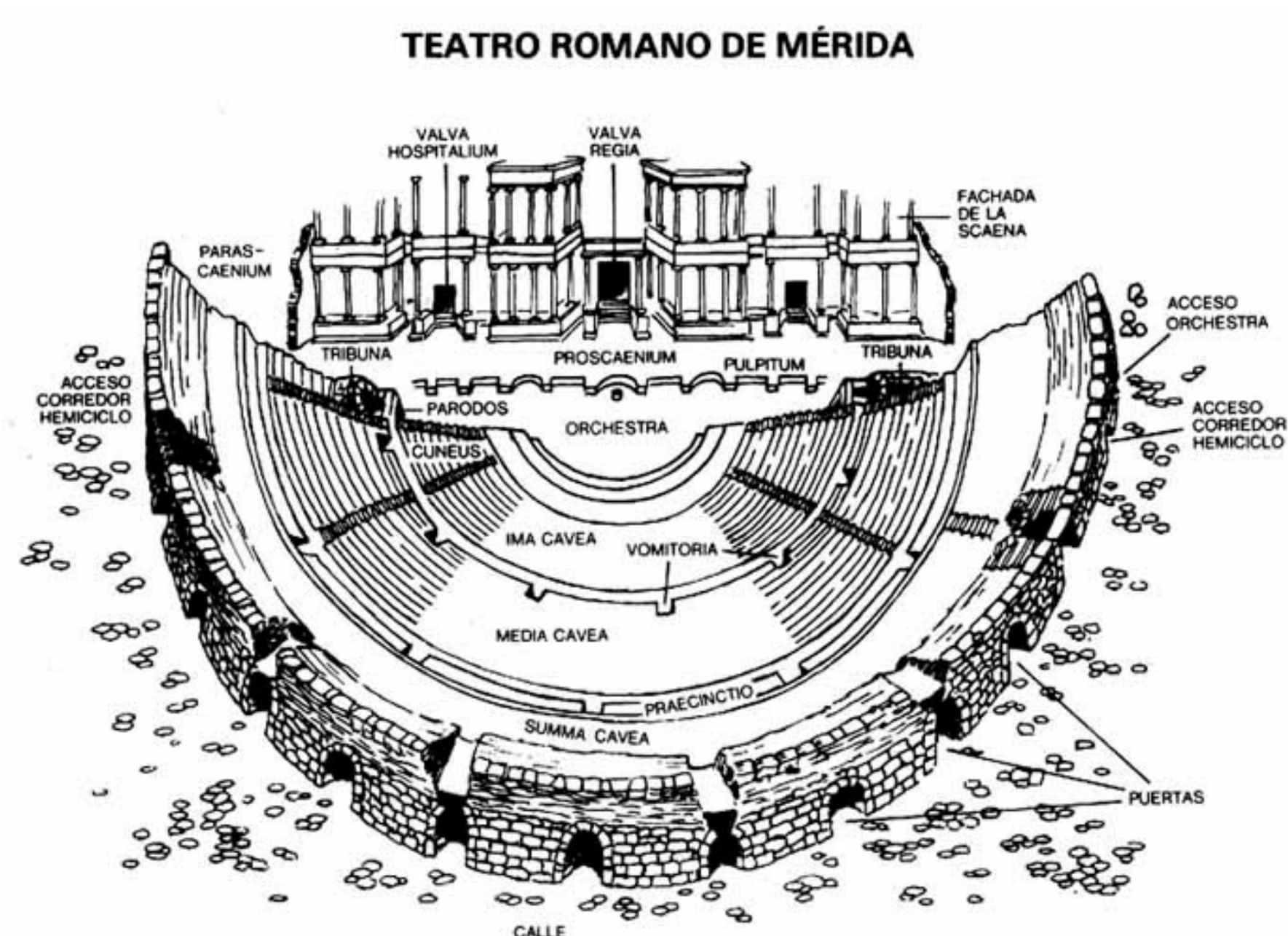
Lo scaenae o scena acquista maggiore importanza, e l'edificio stesso guadagna in decorazione e dimensioni, i due piani si sovrappongono e in alcuni edifici teatrali viene aggiunto persino un terzo piano elevato, che farà sì che con il tempo il teatro si integri all'ambiente urbano e che venga persino circondato da abitazioni. L'orchestra invece, perde importanza e dimensioni, a causa del minor protagonismo del coro, e viene persino



*Imagine: teatro Greco ad Atene*

utilizzata come spazio per ospitare personaggi illustri. La cavea riflette la società romana, con la sua suddivisione in tre parti (ima, media e summa) che porta anche alla delimitazione delle classi sociali. In questa fase della storia, lo spazio scenico ha compiuto un grande passo,

passando a essere parte della natura stessa a un edificio che ospitava gli atti. Il processo è stato influenzato dai cambiamenti sociali, vale a dire i culti, le divinità, così come con i romani sono emersi i ludi circensi, in cui si svolgevano giochi, corse di animali, ecc. I pensieri e le usanze di ogni popolazione rendono la scena un luogo dove i desideri si manifestano, e in questo modo si è iniziato a vedere in modo marcato gli strati sociali, le differenze economiche e di potere fra le persone. Le tecnologie dell'epoca hanno avuto un impatto diretto sulla progettazione, lasciando una eredità architettonica per le culture posteriori.



**Immagine: Schema di Teatro Romano, Teatro di Mérida**



**Immagine: teatro romano a Aspendos**

## 5.4 MEDIOEVO

Con la caduta dell'Impero Romano, iniziarono a emergere problematiche socio-politiche che rivelavano la formazione di una nuova società con valori esistenziali che richiedevano un radicale cambio di credenze: dalla società politeista romana a quella cristiana.

In questa nuova società, il teatro e gli spettacoli pagani svanirono, non c'era più spazio per venerare dèi falsi.

Così, la civiltà ruotò attorno al nuovo eroe, Cristo.

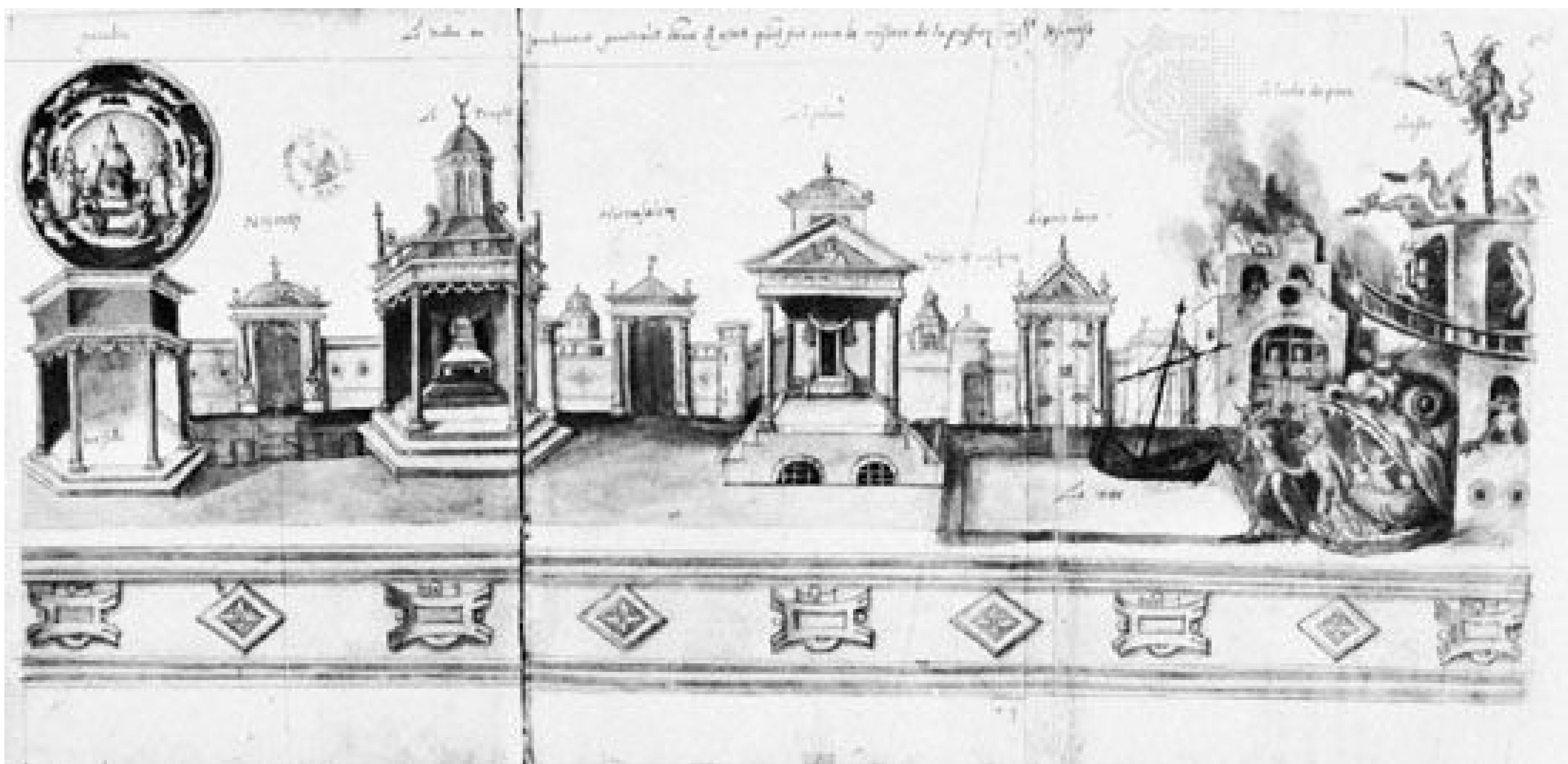
Le cerimonie liturgiche commemoravano la sua vita e i suoi precetti. Questo avvenne simultaneamente in tutta l'Europa Occidentale, dando origine al teatro religioso.

All'interno dei templi avevano luogo le rappresentazioni sceniche della sacralità biblica. Si faceva uso di scenografie

mobili, come l'Arca del Cielo, un ascensore mosso da carrucole che faceva salire e scendere gli attori. Altri generi teatrali e danzanti vennero espulsi per non rispettare il decoro eccessivo nelle celebrazioni. I musicisti, ballerini, attori e acrobati professionisti vennero esclusi dai templi poiché molte delle loro rappresentazioni erano considerate irriverenti, e dopo essere stati esclusi, furono costretti a rappresentare per strada. Alcuni più fortunati, come i giullari, si esibivano anche nei castelli e nelle corti, recitando e interpretando poesie trobadoriche a tema amoroso.

La mancanza di spazio fisico all'interno delle cattedrali portò la scena al portico delle chiese con il pubblico in strada.

Questo diede origine al tipo di palcoscenico più utilizzato durante il Medioevo nel teatro religioso: il palcoscenico multiplo orizzontale.



*Immagine: Palcoscenico multiplo orizzontale*

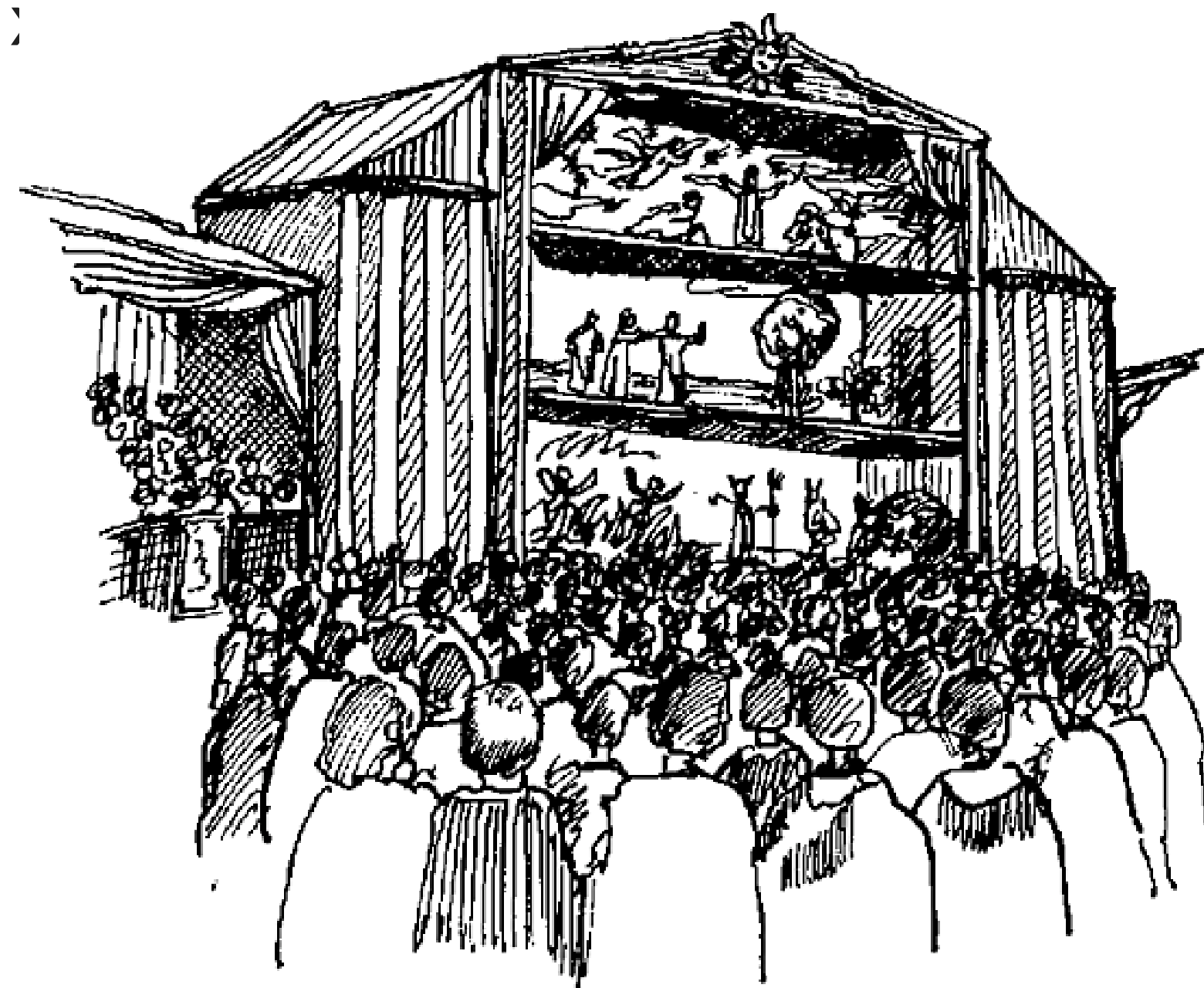


Una piattaforma sulla facciata della chiesa era il luogo dove si svolgeva l'azione, successivamente chiamata "Mansioni", con tre luoghi ben definiti: il Paradiso, il Cielo e l'Inferno. Per poter creare scene diverse, questi luoghi potevano raggiungere dimensioni fino a 60 metri di lunghezza e 8 di larghezza, dove gli spettatori si sedevano su tribune di fronte al palco. Questo formato si spostò nelle strade, nelle piazze e persino nei cimiteri. Una variante è quella nella quale le scene non sono rappresentate una accanto all'altra, ma una sopra l'altra, dando origine al palcoscenico multiplo verticale: il Cielo in alto, al centro la Terra e in basso l'Inferno.



*Immagine: I carri*

Mentre la Chiesa perdeva lentamente il controllo sugli eventi, prendeva piede anche il palcoscenico multiplo tridimensionale, dove lo spazio scenico diventava ora la piazza del paese. Qui, le piattaforme erano disposte nello spazio, e su ognuna veniva allestita una scena diversa, consentendo al pubblico di attraversare la piazza e vedere tutti gli atti.



*Immagine: Palcoscenico multiplo verticale*

Un'altra forma di rappresentazione erano le processioni per le strade con stazioni religiose su piattaforme a ruote chiamate "carri", spettacoli che diedero origine agli "autos sacramentales". Erano portati per le strade delle città e in determinati punti del percorso si fermavano affinché gli attori desse vita ai loro personaggi, in genere con temi sulla vita e sulla morte di Gesù. In seguito, i carri potranno rappresentare tutti i personaggi in un unico luogo.



*Immagine: Spazio scenico, la piazza*

D'altra parte, nel Medioevo vennero istituiti personaggi poliedrici conosciuti come giullari, che divennero grandi esponenti dello spettacolo di strada attraverso acrobazie, canzoni, strumenti musicali, composizioni, recital, ecc. Durante questa fase si sviluppò l'idea di decorazione, sia all'interno dei templi che su ogni carro o palcoscenico nelle piazze. Così, i teatri romani vennero lasciati alle spalle e lo spazio all'aperto divenne il luogo di rappresentazione delle arti, da un lato legate al cristianesimo per esprimere la venerazione a un Dio onnipotente, e dall'altro, le storie del popolo, dei santi, delle vergini trovarono posto in questo periodo, dando origine al teatro profano. Il teatro profano è vario, ma si caratterizza per la mancanza di risorse e di uno spazio specifico. All'interno del teatro profano possiamo includere diversi tipi di rappresentazione:

- Opere di basso livello letterario e di comicità facile.
- Rappresentazioni di giullari che recitavano sia le novità poetiche sia informavano e intrattenevano recitando ballate, presentando danze e facendo acrobazie.
- Teatro popolare realizzato da persone non professioniste che aveva un carattere trasgressivo dove si facevano parodie di alcuni passaggi biblici o si facevano scherzi improvvisati sui sermoni. L'obiettivo era catturare l'attenzione del pubblico, quindi si usavano strumenti a percussione per attirarli. .

- L'ingigantimento della figura umana era importante per essere visibili, quindi venivano utilizzati trampoli e qualsiasi elemento che ingrandisse la figura umana. Ricordiamo che questo tipo di rappresentazione era gratuita e solo in seguito veniva passato il cappello per raccogliere un compenso. Questa fase mostra chiaramente l'istituzionalizzazione del cristianesimo che relegò gli spettacoli teatrali pagani al campo del peccato, e quindi sia gli allestimenti, sia i costumi che l'infrastruttura erano dedicati al teatro religioso. Le differenze di classe e di credo erano molto chiare. Si sosteneva che tutti gli eventi al di fuori della Chiesa erano opere del diavolo, e in queste idee rientrava anche l'idea che le donne non avessero voce né ruoli nella liturgia religiosa. Ma non tutto era religione: i giullari e gli artisti di strada portavano la loro arte nei villaggi, nelle borgate e nei mercati dove venivano ben accolti. Queste persone venivano perseguitate dalla Chiesa e disprezzate poiché venivano considerate una continuazione dei mimi romani. Così, pian piano l'arte di strada trovò spazio al di fuori della comunità cristiana.

## 5.5 RINASCIMENTO

Il Rinascimento fu un movimento volto al recupero della conoscenza classica, con una trasformazione culturale nelle scienze, nelle arti, nel pensiero e nelle lettere.

Emerso in Italia, si concentra sull'essere umano. Il teatro riprese il prestigio che aveva avuto nell'antica Grecia.



*Immagine: Teatro Rinascimentale in Prospettiva*

In generale, le notizie dell'epoca rivelano che i nobili e i prelati del XV secolo allestivano teatri nei loro palazzi, basandosi sul trattato di Vitruvio. Questo trattato di architettura si basava tutte le informazioni sulle proporzioni umane. Gli spazi per le rappresentazioni nelle corti consistevano in una sala con una scenografia dipinta in prospettiva sullo sfondo del palcoscenico, incorniciata da un arco di proscenio, trattato come una facciata architettonica ornata, dove la scena veniva interpretata come un quadro. Nacquero le scene in **prospettiva** con un unico punto di fuga, una forma chiamata "cubo scenico".



*Immagine: Teatro Olimpico di Vicenza*

Gli attori erano imitatori con abilità come il mimo, la danza, la musica e il canto. Con la Commedia dell'Arte iniziò la professionalizzazione del teatro. Si continuò a utilizzare le maschere e degna di nota fu l'entrata in scena delle donne. Nel contempo, il teatro più popolare continuava ad avere luogo nelle piazze. Il teatro rinascimentale non si sviluppò solo in Italia; in Inghilterra, grazie all'impulso della regina Elisabetta, prese il nome di teatro elisabettiano.



*Immagine: Teatro Elisabettiano*

Questi edifici avevano una forma circolare o ottagonale, imitando la struttura delle arene per i combattimenti tra animali, e avevano solo un tetto sul palcoscenico e sulle gallerie. L'area centrale dell'edificio era all'aperto. La scenografia era quasi inesistente o molto scarna.

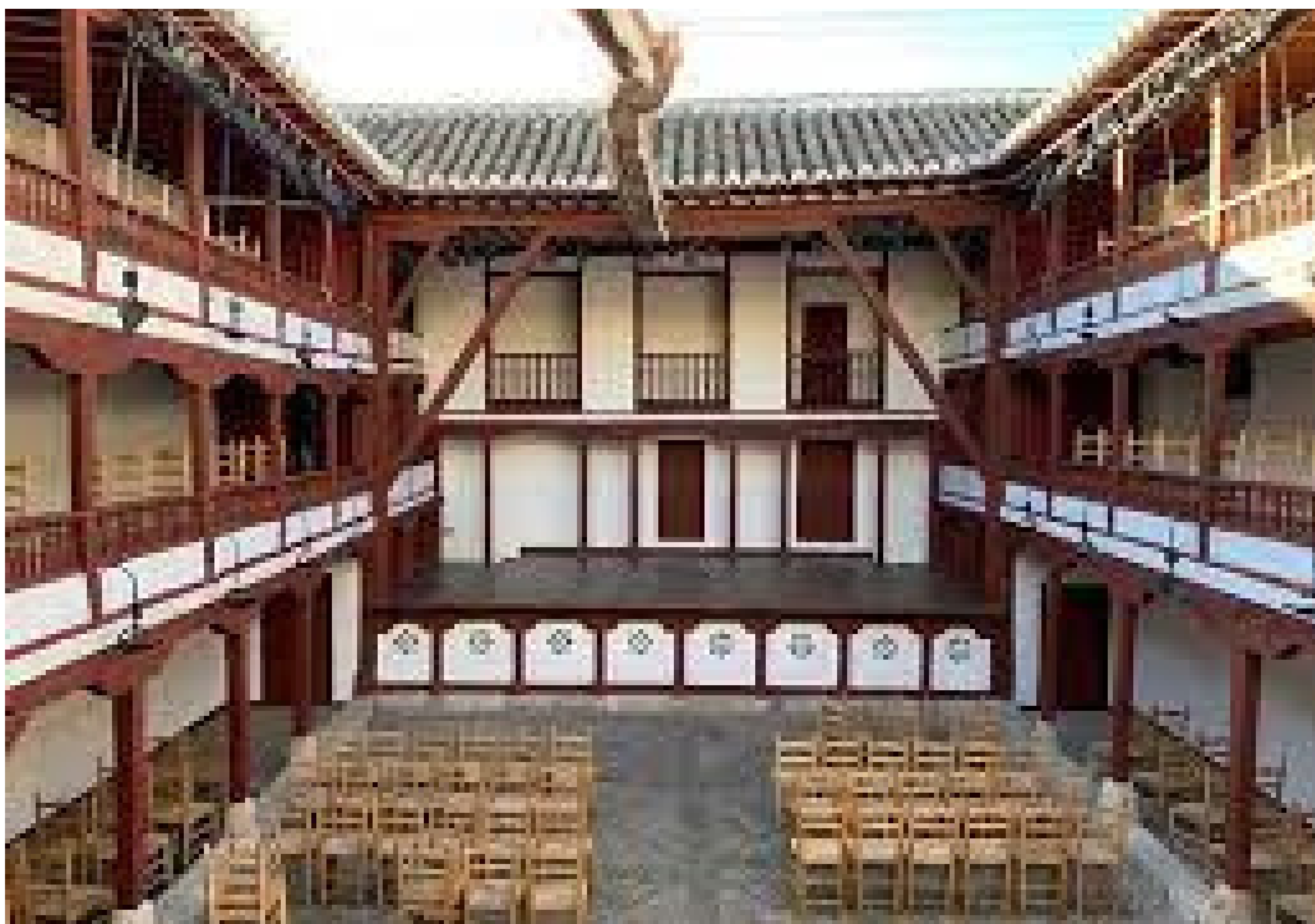


*Immagine: Schema del Teatro Elisabettiano*

Potevano ospitare più di 3000 spettatori. Mentre nel teatro italiano si cercava di creare illusionismo, nel teatro elisabettiano il pubblico assumeva un ruolo di complice, e il suo principale alleato in questo compito era l'uso dell'immaginazione.

In Spagna, invece, sorsero i "Corrales", cortili all'aperto con un pavimento piano, delimitati frontalmente dalla casa che dava sulla strada, dove di solito viveva l'affittuario. I lati del cortile erano delimitati dai muri delle abitazioni circostanti e sul retro si trovava il palcoscenico, il che consentiva una visibilità perfetta da qualsiasi posto. Lo spettatore aveva la possibilità di contemplare lo spettacolo in piedi nel

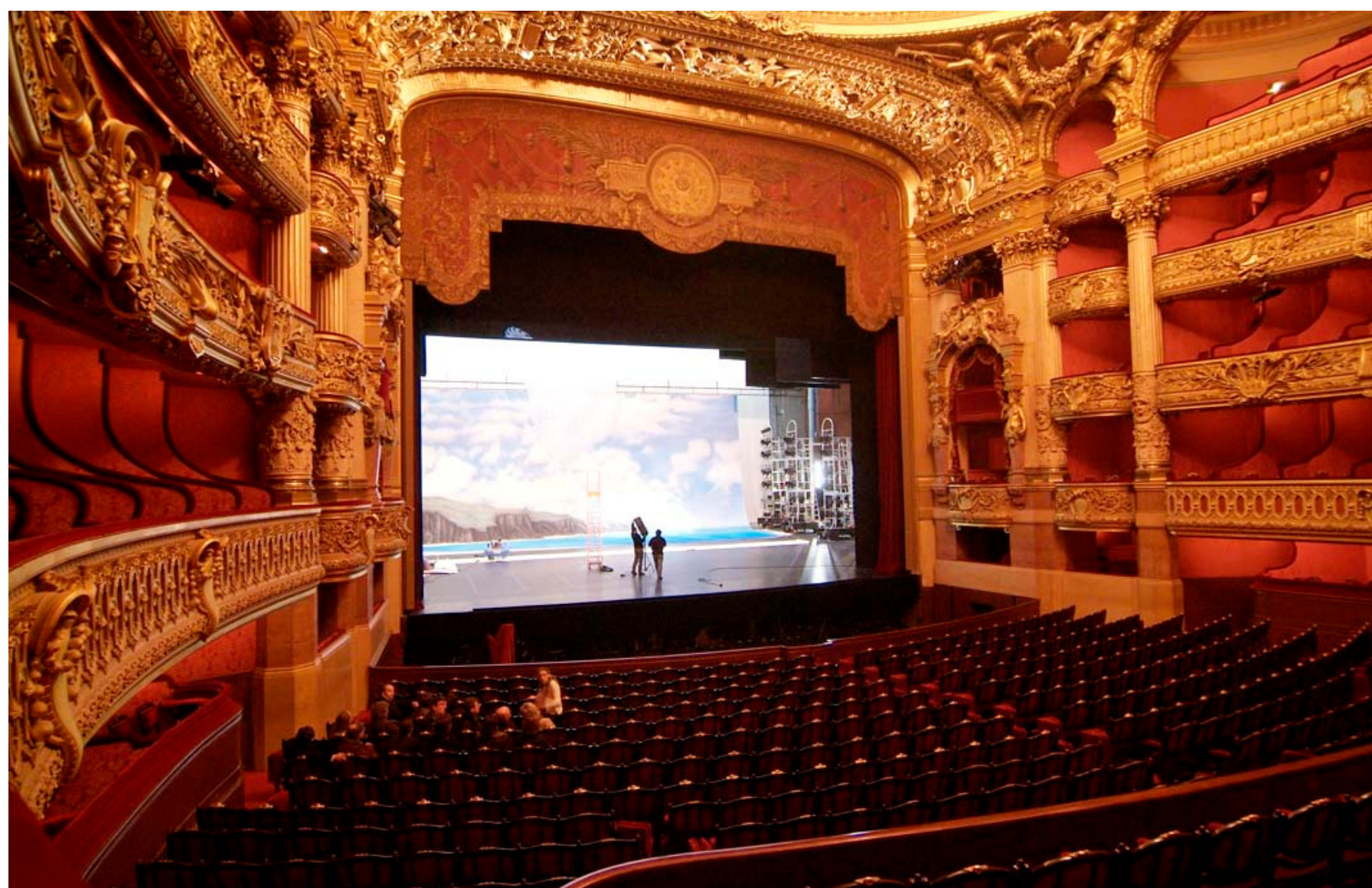
cortile, seduto nelle file delle gradinate laterali o nelle stanze private ubicate negli edifici adiacenti o di fronte al palcoscenico, coperte perimetralmente da tettoie per ospitare le tribune, e le logge denominate "cazuelas" erano riservate alle donne. Le prime confraternite, o Hermandades, sono le più dirette predecessori dell'imprenditore teatrale moderno. Affittavano un cortile e creavano una vera struttura scenica, di cui finalmente beneficiavano il consiglio, gli atti di carità sostenuti da tali confraternite e il teatro stesso attraverso i suoi professionisti. Alla fine arriviamo allo spettacolo, alla sua configurazione e vendita come bene di consumo, considerato fondamentale sia nell'ambito degli eventi sociali e ludici che in quello culturale.



*Immagine: Corral de Comedia in Spagna*

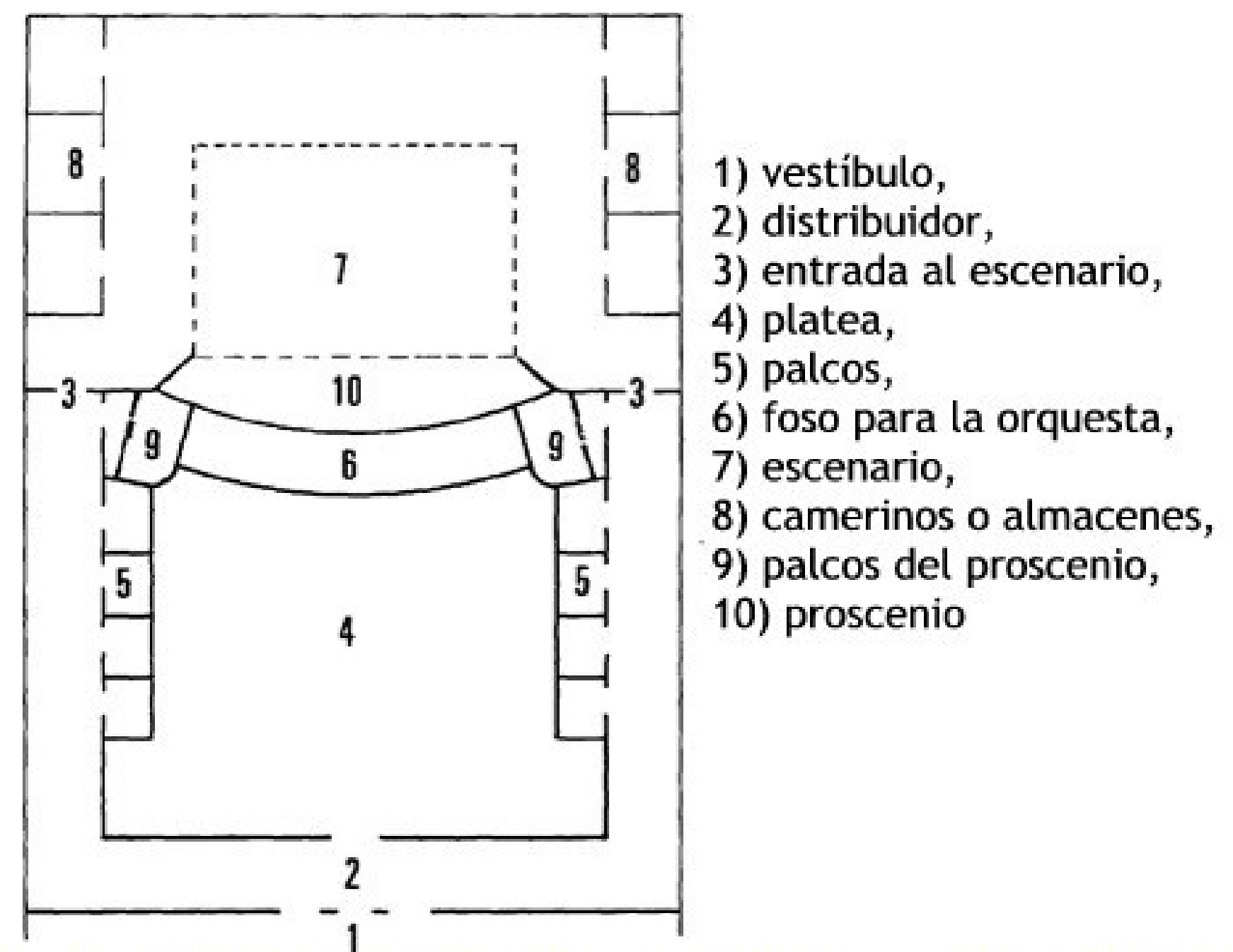
## 5.6 IL XVIII SECOLO

Il XVIII secolo consacrò definitivamente un modello di spazio scenico che, nei suoi elementi fondamentali, è giunto fino ai giorni nostri. È il cosiddetto teatro all'italiana, di origine cortigiana. Per ragioni ottiche e acustiche, la sua pianta assume una forma ovale o di ellisse longitudinale troncata. Il suo patio o platea centrale è circondato da un anello di piani multipli, le cui gallerie continue vengono presto sostituite da palchi privati di carattere stabile. A parte i teatri di corte come quelli di Torino, Berlino o Versailles, lo splendore di questa tipologia si manifesta nei grandi teatri urbani di Francia e Italia, come il teatro di Bordeaux, La Fenice di Venezia o La Scala di Milano.



*Immagine: Teatro all'italiana Garnier opera, Parigi, Francia.*

Il palcoscenico del teatro è una scatola scenica composta da tre parti: la fossa, uno spazio di separazione tra la scena e l'area riservata al pubblico destinato esclusivamente all'orchestra; il ponteggio, situato nella parte superiore della scena, è costituito dalla griglia, una sorta di telaio attraverso il quale passano le corde che



*Image: 16. Parts of Italian theater.*

sollevano e abbassano i sipari, le vele, ecc.; e la scena, il luogo in cui avviene la rappresentazione e dove sono posizionati gli elementi scenografici. La sua parte anteriore è delimitata dall'apertura e dal proscenio. Nacque l'opera, utilizzata nel Barocco come mezzo di propaganda da parte delle chiese e della nobiltà, capaci di mantenere musicisti professionisti. La musica divenne indispensabile per qualsiasi attività e gli interpreti divennero servi dei nobili. Tutte le arti erano teatralizzate, cariche di ornamenti. La messa in scena acquistò grande importanza, si cercava di mantenere l'attenzione dello spettatore il più a lungo possibile, con effetti, luci, suoni, scenografie, dipinti, risorse cinematografiche che aggiungevano splendore alle opere. Iniziarono a essere utilizzate macchine complesse e diverse, che senza dubbio cercavano di offrire un'idea esplicita di facilità o naturalità relativamente alle risorse sceniche utilizzate.

Nel corso degli anni fino al XX secolo, le macchine si perfezionarono, gli spazi culturali divennero più diversificati,



*Imagine: Surrealismo. 1921. «The bride and groom of the Eiffel Tower». Cocteau.*

c'era un grande aumento delle sale da concerto e dei teatri dove si cercava di rompere la separazione tra spettatore e artista, dando vita al teatro totale, in cui la centralità del corpo e del linguaggio fisico provocava emozioni nello spettatore. Anche la narrazione raccontava storie socio-politiche rappresentate anche in piazze, strade, ecc., a scopo propagandistico. Distaccava la professionalità negli attori, nei musicisti, nei ballerini, nei costumi, nel regista e nell'interazione con il pubblico, oltre alla ricerca di professionalità nella scenografia. Le avanguardie abbracciarono il futurismo e il cinema durante questo periodo. La danza ebbe i suoi primi balletti, i suoi primi insegnanti di danza e gli spazi scenici si adattarono alle esigenze del movimento tridimensionale. Il mondo si aprì al XX secolo con un'espansione nelle arti.



*Immagine : Teatro romantico. XIX secolo.*

## 5.7 IL XX SECOLO

I passi avanti si accentuano, si sfumano e si presentano altre innovazioni e perfezionamenti. Insieme alla nascita della fotografia e del cinema, diventa possibile osservare l'arte nel tempo. Non parliamo più solo di vedere, ma parliamo di ascoltare, parliamo di sentire, di essere capaci di rivivere ogni spettacolo, di emozionarci e di comprendere il motivo e il modo di ogni momento della storia sulla scena a partire da questo momento.

Per offrire spazi dalla prospettiva dell'architettura e della scenografia, è necessario comprendere ciò di cui hanno bisogno gli spettacoli, gli interpreti e gli spettatori.

Gli spettacoli diventano affollati in grandi spazi pubblici e auditorium, anche all'aperto, come reazione al teatro per la classe borghese.

È particolarmente di moda l'origine sociopolitica, che si diffonde in tutta Europa. Nascono i grandi festival popolari estivi o primaverili, che non si limitano al teatro, ma offrono anche musica, opera o danza.



*Immagine: Spazio scenico in Germania. XX secolo*

Le scenografie, con le loro linee e piani inclinati e asimmetrici, sfidano le leggi dell'equilibrio. Nella loro presentazione, l'aspetto scenografico si avvale degli effetti psicologici prodotti dalle proiezioni e dai giochi di ombre e luci dell'illuminazione. Non è meno importante il ruolo che in molti spettacoli viene assegnato alla musica. Si direbbe che tutte le arti si necessitano e si aiutino a vicenda, che tutte abbiano una stessa origine.



*Immagine: Teatro Hellerau. Gordon Craig.*

In Europa cresceva un'altra corrente, influenzata dalle idee del Nord e del Sud America. Gli anarcopacifisti dell'epoca svilupparono molti concetti e metodologie, come la creazione collettiva, l'improvvisazione come strumento di creazione e rappresentazione e l'inclusione del pubblico negli spettacoli. Vennero eliminate le distinzioni tra regista e attori. L'impegno ideologico li portò a creare una nuova scena dove le idee chiave non erano solo parte del loro discorso, ma influenzavano anche la loro vita quotidiana: il collettivo, l'autodeterminazione, la comunità, la spontaneità, l'uguaglianza, la partecipazione, il gioco, la creatività, l'indipendenza, la liberazione sessuale, la collettivizzazione delle funzioni e dei compiti, il rifiuto del profitto economico, il rifiuto della violenza, ecc.



*Immagine: XX secolo, Creazione collettiva.*

Nel campo musicale, l'unione dei suoni polifonici e del cinema ha portato a una svolta nelle rappresentazioni delle opere musicali, e anche l'opera si è reinventata per abbandonare i classici.



**Immagine: Sala Concertgebouw. Amsterdam.**

Nasce così la musica contemporanea, con una grande diversità di generi; compaiono suoni elettronici che permettono una libera sperimentazione nell'arte sonora. Tutto ciò ha aggiunto al contesto scenico uno studio dell'acustica dei luoghi, raggiungendo il suo splendore nel XXI secolo.

Il nuovo balletto diventa l'illustrazione della musica, ci ricorda la poesia. Si crea da sé e genera un nuovo tipo di scena attraverso di esso. E tutto ciò non lo fa da solo, si rivolge ad artisti, pittori, sarti e con loro cerca di creare uno spazio effimero per esprimere le emozioni più profonde.



**Immagine: Filarmónica. Berlino.**



**Immagine: Opera XX secolo.**

La capacità di espressione nella danza cambierà radicalmente anche con l'incessante apparizione di nuove tecnologie e sistemi multimediali. L'illuminazione diventa un elemento chiave che interagisce direttamente con la scenografia e gli interpreti. La danza moderna nasce dalla necessità di libertà da parte dei ballerini e dei loro movimenti. Di fronte al balletto, con le sue regole, compare questo tipo di danza che vuole avere regole proprie, quelle di ogni coreografo, di ogni ballerino. Per avere la possibilità di creare nuove forme, nuovi spettacoli e nuove scenografie. Questi movimenti desiderano nuovi spazi e vogliono giocare con essi. Cercano di fondersi o di entrare in contrasto con essi, di entrare o di uscire, di saltare o di passare sotto. In tutti questi casi però, è essenziale portare la relazione tra interprete e scenografia al massimo dell'espressione. La danza si separa dalla musica e dal tema e sfugge alla prospettiva classica e allo spazio scenico fisso.



Abbandonando le rappresentazioni religiose e avendo a disposizione diverse tecnologie, lo spazio scenico si trasforma in un luogo in cui convergono molte discipline artistiche e differenti tecniche, la creatività e l'adattamento del luogo per suscitare sensazioni, concetti o metafore saranno la chiave nel mondo attuale, in cui quello che si cerca è l'originalità. Esistono molte correnti e opere diverse, c'è la possibilità di utilizzare qualsiasi tipo di scenografia, dalla più semplice alla più elaborata. L'importante è capire la messa in scena e le sue esigenze per raccontare le storie e mettere in atto lo spettacolo.



*Immagine: Video danza, Le chambre, 1988.*



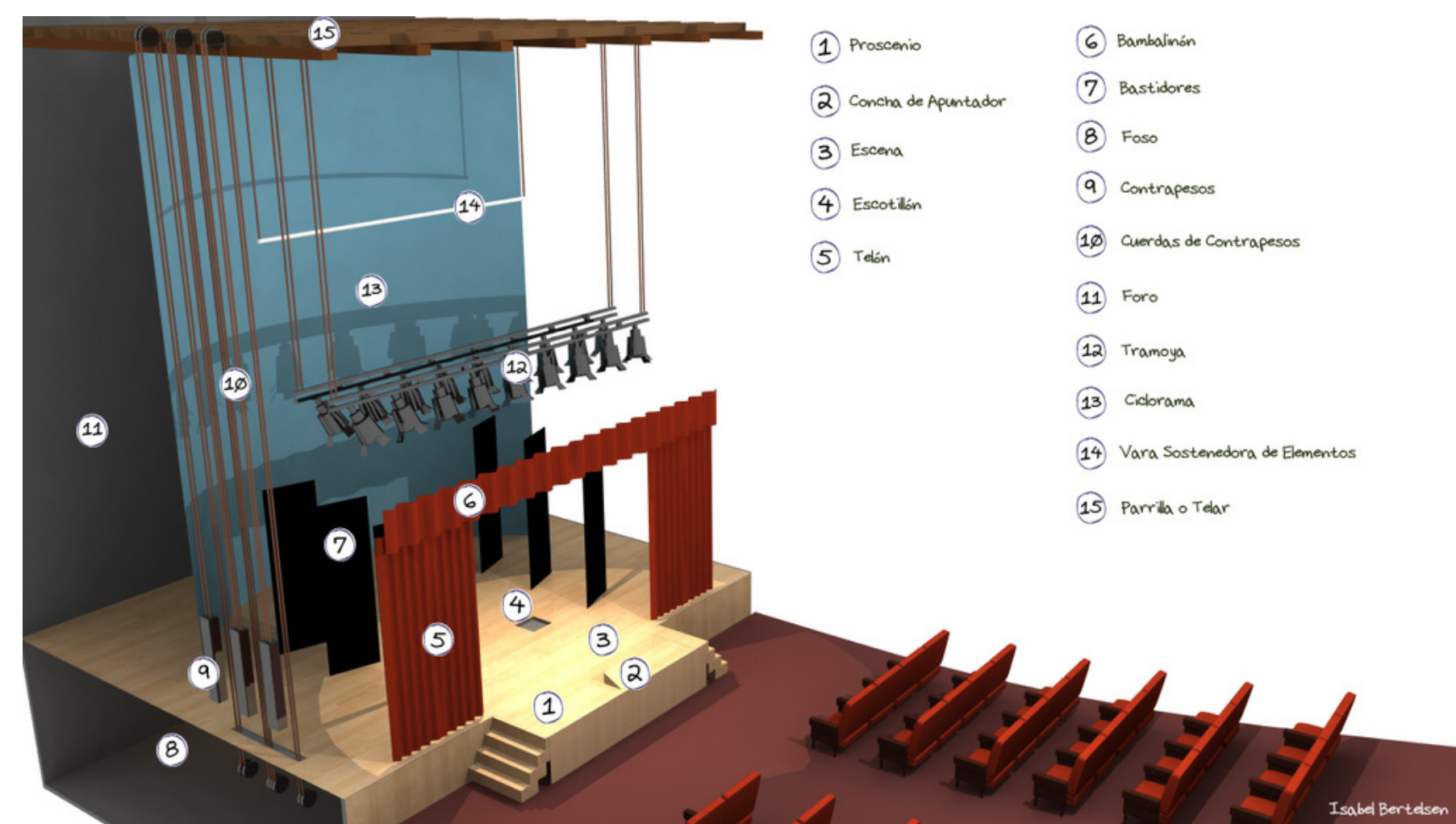
*Immagine: Danza XX secolo, Pulcinella.*



*Immagine: Danza XX secolo, Soda Lake.*

## 5.8 LA MESSA IN SCENA E L'ERA DIGITALE

Letteralmente, la **messa in scena** si riferisce alla composizione del palcoscenico o del quadro (nel cinema e in TV), ossia: in quale punto del palcoscenico o del quadro (nel cinema e in TV) vengono collocati ogni elemento e ogni interprete, oltre ai movimenti che gli attori compiono al suo interno. Oggi si utilizza questo termine per fare riferimento al fatto che tutto ciò che appare nell'immagine è soggetto alla volontà del regista o del realizzatore. Secondo questa definizione, la messa in scena si riferisce alla combinazione degli elementi che costituiscono l'immagine, ovvero: 1. scenografia; 2. costumi e caratterizzazione; 3. interpretazione; 4. suono. Questi elementi vengono utilizzati per contribuire a creare l'illusione di luoghi, tempi e personaggi diversi, o per enfatizzare una qualità speciale della rappresentazione e distinguerla dall'esperienza quotidiana.



*Immagine: Schema Messa in scena*



*Immagine: Sala da concerto XXI secolo*



*Immagine: Messa in scena, Danza XXI secolo*



*Immagine: Sala da Concerto 2013*

Esistono edifici creati per questo scopo, come teatri, sale da concerto, spazi diversi per ospitare scenari artistici. Nel prossimo schema è possibile vedere ogni parte di una messa in scena in questi luoghi specifici.

Quanto sopra menzionato riguarda solo una forma scenica, una messa in scena in edifici appositamente costruiti, opere teatrali, danza e musica. Oggi però il ventaglio di possibilità è molto più ampio. Con la diversità del pubblico, degli ambienti sociali, degli sceneggiati artistici, gli scenari si sono diffusi in diversi luoghi, più pubblici o più privati, così ci troviamo di fronte a piccole sale per un gruppo ristretto di persone, così come a spazi pubblici trasformati in scenari. Da qualche tempo l'uso di piazze, strade, parchi è diventata un'opzione per rappresentazioni artistiche di ogni tipo, creando scenari effimeri, a volte molto complessi e straordinari, altre volte semplici e quotidiani.



*Immagine: Teatro di strada*

L'arte di strada vive il suo apice in quest'epoca in cui una comunità di artisti usa lo spazio pubblico per esprimere le proprie idee e magie. "Ogni arte è politica", anche se l'artista non intende fare politica. L'arte apre le menti, insegna, si gode, dà piacere.



*Immagine: Spazio pubblico. Statua Vivente.*



*Immagine: Cirque du Soleil*

All'interno del mondo dell'arte vivente troviamo anche le discipline circensi, dove diversi interpreti con abilità fisiche, acrobatiche, illusionismo, clown, teatro e musica creano scene diverse, su grandi scenari e spazi, così come semplicemente per strada.

La storia di queste manifestazioni ha origine in Egitto e in Cina più di 3000 anni fa. In Europa prende il nome di circo nel Medioevo e ancora oggi si sviluppa con grandiose strutture.

*Immagine: Circo di strada*



Le arti sceniche contemporanee favoriscono l'intermedialità, l'ibridazione e il dialogo tra molti mezzi e linguaggi. Con l'espansione della tecnologia digitale, le arti dal vivo sperimentano nuove possibilità. L'immagine e il suono digitali, la telepresenza e la connessione a Internet, la varietà di schermi e proiezioni e altri dispositivi audiovisivi, ampliano le possibilità artistiche della messa in scena. Questa digitalizzazione dello spazio genera una concezione spaziale che si differenzia dalle pratiche teatrali precedenti. Sebbene questa tecnificazione audiovisiva della scena fosse già presente con le tecnologie analogiche, il mezzo digitale supera e amplia le sue possibilità, consentendo la generazione di immagini in tempo reale, telematiche, interattive; inoltre, facilita molteplici risoluzioni e qualità dell'immagine più accessibili sia in termini di costo che di realizzazione. Un'altra delle grandi caratteristiche del digitale è la creazione di nuovi immaginari, la creazione di un nuovo universo digitale, senza riferimenti o tracce nella realtà, un universo generato completamente in modo artificiale. Quando entrambe le spazialità, lo spazio virtuale e quello fisico, cooperano e convergono, si verifica il fenomeno dell'ibridazione che favorisce la produzione di uno spazio nuovo che si colloca tra il virtuale e il fisico. Si tratta di uno spazio che si situa tra due texture, tra due universi, e che offre un nuovo luogo che Bay-Cheng (2010) chiama spazio intermediale. Questa scena intermediale propone la possibilità di mutare lo spazio tradizionale principalmente grazie alla

capacità di rompere con l'idea di unità spaziale in cui i soggetti partecipanti (interprete, pubblico) sono presenti nello stesso luogo. Questa trasformazione è forse, insieme a quella del corpo, quella che ha naturalmente sperimentato una maggiore capacità di mutare i valori ontologici delle arti dal vivo. In altre parole, la tecnologia consente di costruire, integrare e concepire uno spazio virtuale nelle arti dal vivo, così come permette la nozione di un corpo virtuale, non presente.

## VIDEO:

<https://www.yellowtrace.com.au/pixel-dance-meets-digital-projection/>  
<https://youtu.be/zBm3mJiJzh8>



*Immagine: Teatro Madrid.*



*Image: 37. Multimedia staging, 2010, Milano.*

Attualmente la libertà di creare spazi scenici possibili, le risorse digitali, i materiali per i costumi e le scenografie, così come gli stravaganti disegni di luci e suoni rendono lo spettacolo un viaggio surrealista, generando sensazioni diverse negli spettatori. Queste opere richiedono una grande produzione prima di arrivare al momento dello spettacolo, sia gli interpreti che i costumisti, i musicisti, gli scenografi, il personale tecnico di suono e illuminazione, creano insieme una messa in scena. Le manifestazioni artistiche vengono presentate anche in luoghi più comuni e semplici, come un caffè con un piccolo palcoscenico, una piazza, ecc. L'arte non ha limiti e trova sempre il modo di farsi vedere ed ascoltare, i mezzi per farlo oggi sono alla portata di chiunque voglia entrare nel mondo della magia dal vivo.

## 5.9 CONCLUSIONI

Lo spazio scenico è il punto in cui tutto converge. Le arti viventi, la musica, la danza e il teatro si uniscono per creare eventi di manifestazione unica che non perdurano nel tempo, ma sono effimeri.

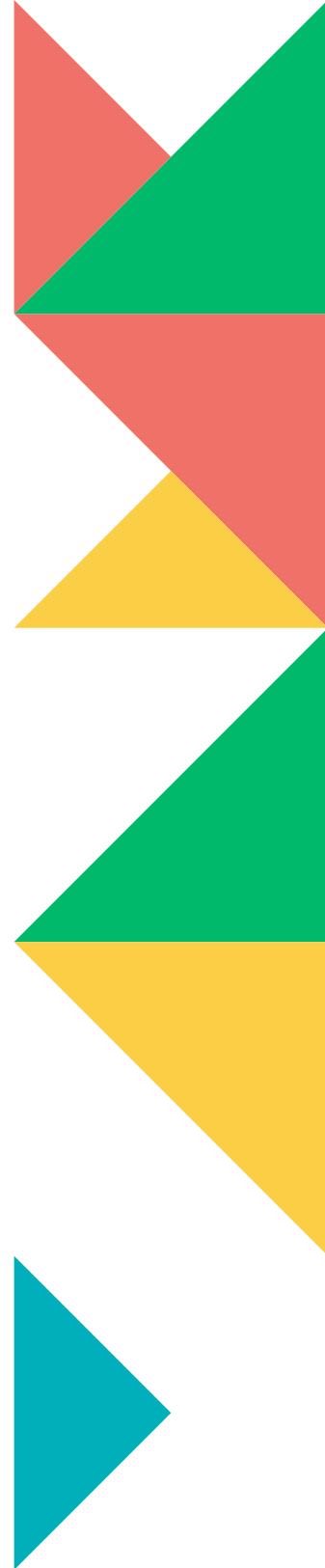
Aggiungiamo allo spettacolo il disegno, la pittura, la scultura, il suono, l'illuminazione e lo spazio architettonico che lo contiene, che sia pubblico o privato, ampio o ristretto, magnifico o modesto. Possiamo dire che nello spazio scenico si ricreano idee, si raccontano storie, si recitano versi, si costruiscono drammi e alla fine si uniscono emozioni e corpi per creare qualcosa di unico in un luogo specifico. Nelle fasi iniziali della storia, i rituali venivano visti come un unisono di energie che invocavano dee, non c'era distinzione tra interprete e osservatore. Col passare del tempo questa distanza ha cominciato a crescere e la distinzione tra scena e spettatori è diventata più chiara. Le avanguardie hanno tracciato legami diversi, ricchi di interazioni differenti tra le due parti. Oggi si può essere spettatori e interpreti nella stessa scena. È importante anche la relazione tra la scena e l'architettura, la capacità della prima di influenzare la seconda e viceversa. Questo legame può portare dalla creazione di uno spazio astratto in cui la rappresentazione primeggia su una scenografia, fino alla fusione di entrambi.

Le possibilità di creazione sono infinite, oggi su un quadrato nero o in una piazza può essere allestito uno spazio scenico molto vario che contribuisca alla sceneggiatura e agli artisti. In definitiva, chi è responsabile della progettazione dello spazio scenico deve creare le condizioni necessarie affinché l'interprete possa ballare, cantare, recitare o suonare il

proprio strumento come desiderato, e affinché lo spettatore possa godersi lo spettacolo con comodità e in uno spazio che gli permetta di concentrarsi sulla scena e dimenticare tutto ciò che lo circonda.

Diverso è ciò che accade per strada, quando l'arte cerca di trasgredire la quotidianità per immergere i passanti in pochi secondi di magia. Il potere dello spazio pubblico come scenario sta nel suo legame diretto con gli spettatori, dove si instaura un'interazione che influisce su entrambi.

Così come nello spazio scenico tutto converge, anche le idee sociopolitiche e religiose mettono le loro mani e contribuiscono a creare una storia divisa per classi, generi e abilità. La sfida è essere in grado di avere una visione che includa tutti i settori della società nella scena e al di fuori di essa. Il mondo ha bisogno di una maggiore apertura verso nuove idee che contemplino le minoranze, dove le voci sono spesso silenziate. Lasciamo l'interrogativo per riflettere su come e da dove vogliamo raccontare storie e creare magia, gli strumenti sono a nostra disposizione.



# 6. PROGETTAZIONE E DISEGNO DEL PROGETTO

## 6.1 SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE

Scopo della presente procedura è definire modalità e responsabilità inerenti alla gestione del processo di progettazione e sviluppo del servizio di accoglienza di artisti singoli e collettivi artistici all'interno di spazi sociali, al fine di garantire che le attività siano svolte in modo da assicurare il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità delle azioni artistiche e sociali.

La progettazione della struttura del servizio ha come obiettivo primario la definizione dei processi operativi connessi all'esecuzione del servizio e consiste nella definizione delle caratteristiche del servizio e del processo di realizzazione, di procedure e specifiche di erogazione e controllo. I risultati di tale progettazione si sostanziano nella documentazione che riporta le modalità di gestione di tutti i processi connessi all'erogazione del servizio. La progettazione del servizio è soggetta a validazione secondo quanto definito nel seguito della procedura.

La progettazione esecutiva rappresenta una fase essenziale del processo primario di erogazione del servizio ed è

strettamente connessa con la pianificazione, l'esecuzione e il monitoraggio delle attività svolte. Questa procedura si applica, quindi, esclusivamente alle modalità di gestione e controllo del processo di progettazione della struttura del servizio ART NO STOP. La responsabilità primaria dell'applicazione della presente procedura è del legale rappresentante dell'organizzazione che riterrà di adottarla, dando vita alla possibilità di garantire sostenibilità a progetti sociali ed artistici.

## 6.2 TERMINI E DEFINIZIONI

**Progettazione e sviluppo:** insieme di processi che trasforma i requisiti in caratteristiche specificate o nella specifica di un prodotto, di un processo o di un sistema.

**Riesame:** attività effettuata per riscontrare l'idoneità, l'adeguatezza e l'efficacia di qualcosa a conseguire gli obiettivi stabiliti.

**Verifica:** conferma, sostenuta da evidenze oggettive, del soddisfacimento di requisiti specificati.



**Validazione:** conferma, sostenuta da evidenze oggettive, che i requisiti relativi ad una specifica utilizzazione o applicazione prevista sono stati soddisfatti.

## 6.3 CRITERI OPERATIVI

L'importanza di pianificare e tenere sotto controllo la progettazione e lo sviluppo del servizio è fondamentale in quanto in questa fase si determinano le caratteristiche essenziali dello stesso, del modo di erogarlo e quindi dei risultati attesi a livello prestazionale ed economico.

Gli elementi fondamentali per gestire il processo di progettazione e sviluppo del servizio in condizioni controllate sono:

- individuazione e definizione dei requisiti di base del servizio in modo da soddisfare le esigenze espresse ed implicite sia dell'organizzazione accogliente che dell'artista/collettivo accolto
- definizione delle fasi operative e di controllo del processo di progettazione e sviluppo, che prevedono momenti di riesami interfunzionali, di verifica dei risultati e di validazione
- definizione delle responsabilità per l'esecuzione di ogni attività e relative interfacce

- analisi dei requisiti cogenti applicabili richiesti da prescrizioni legislative e da qualunque altro vincolo possa condizionare le modalità di erogazione del servizio
- gestione delle modifiche al progetto.

### 6.3.1 PROCESSO DI PROGETTAZIONE- DIAGRAMMA DI FLUSSO

Le modalità di pianificazione e controllo della progettazione sono stabilite attraverso il seguente diagramma di flusso, che riporta le fasi del processo, e la successiva parte descrittiva che definisce le relative attività operative, le responsabilità e i documenti di riferimento e registrazione.



## 6.3.2 AVVIO DELLE ATTIVITÀ DI PROGETTAZIONE

Come già espresso in premessa, la progettazione può essere relativa all'attivazione del servizio ART NO STOP ad una modifica sostanziale modifica del servizio già avviato.

In quest'ultimo caso, la necessità di modifica può nascere da esigenze interne all'organizzazione hosting o da solleciti di artisti/collettivi o da modifiche alla legislazione vigente.

## 6.3.3 INDIVIDUAZIONE DATI DI BASE E OBIETTIVI DEL PROGETTO ART NO STOP

Fase preliminare del processo di progettazione consiste nella definizione e nel riesame dei dati di base e degli obiettivi del progetto, effettuata dal con la collaborazione delle risorse scelte come componenti il gruppo di progetto.

L'avvio della fase preliminare del processo di progettazione generalmente ha origine da indagini effettuate sul territorio per la promozione di un nuovo servizio o per la modifica sostanziale ad un servizio esistente.

Gli input per la individuazione dei requisiti di base sono acquisiti attraverso uno o più dei seguenti elementi:

- esplicite richieste da parte di artisti/collettivi
- analisi dei bisogni dell'organizzazione hosting per i progetti a favore dei suoi accolti
- requisiti legislativi e/o normativi cogenti
- qualunque altro documento/informazione che definisca elementi significativi per la definizione dei requisiti di base del servizio.

L'attività di individuazione e analisi dei dati di base e degli obiettivi del progetto è documentata nella sez. 1 del "Piano di Progetto" (Mod 01 allegato), in cui il legale rappresentante definisce in modo esplicito tutte le caratteristiche che identificano compiutamente il servizio oggetto di progettazione, mediante la definizione dei seguenti aspetti:

- esigenze e bisogni rilevati
- tipologia/target di delle persone accolte
- tipologia/target di artisti/collettivi
- risorse umane, spazi e materiali necessarie
- stima dei costi
- requisiti cogenti, autorizzazioni necessarie

- individuazione dei punti di forza e di debolezza in relazione agli obiettivi strategici di sviluppo dell'organizzazione.
- Quest'ultimo aspetto è sviluppato con lo staff coinvolto nel progetto attraverso l'utilizzo del metodo Disney.

Definiti e riesaminati i dati di base, PRES, con il coinvolgimento del gruppo di progettazione, effettua la programmazione generale delle fasi di progetto, secondo quanto descritto al punto successivo.

### **6.3.4 PROGRAMMAZIONE GENERALE DI PROGETTO**

La programmazione generale delle fasi di progetto, documentata nella Sez. 2 del Mod. 01 "Piano di Progetto", definisce l'articolazione temporale delle fasi di progetto, dalla fase di studio di dettaglio del progetto all'avvio del servizio ed alla successiva valutazione di impatto.

In caso di modifica ad un servizio esistente, alcune delle fasi elencate possono non essere applicabili.

In corrispondenza di ciascuna fase, sono stabiliti i responsabili e le tempistiche per il completamento delle attività facenti parte della fase stessa.

### **6.3.5 PIANIFICAZIONE OPERATIVA DELLE ATTIVITÀ DI PROGETTO**

Sulla base della programmazione generale effettuata, il legale rappresentante, in collaborazione con il gruppo di progettazione, stabilisce, per ciascuna fase di progetto, le attività operative necessarie per il completamento della fase stessa. Tale attività di sviluppo della progettazione è documentata mediante la sez. 3 del Mod. 01 "Piano Operativo", attraverso il quale sono definite, per ciascuna fase del piano generale:

- le attività operative necessarie per il completamento della fase
- le responsabilità per l'esecuzione di ciascuna attività
- i risultati attesi di ciascuna attività, con gli eventuali documenti da produrre
- i tempi di attuazione.

La pianificazione operativa è curata dal legale rappresentante ed è effettuata in tempi diversi, in funzione dello stato di avanzamento delle fasi e degli esiti delle attività eseguite. Il piano operativo è firmato, per presa visione, da parte delle risorse coinvolte nell'effettuazione delle attività.

### **6.3.6 ATTUAZIONE DELLE ATTIVITÀ PROGETTUALI**

In funzione di quanto pianificato, lo sviluppo del progetto prevede l'esecuzione delle attività progettuali, dei relativi controlli, riesami e verifiche, e la predisposizione dei documenti progettuali definiti. Lo sviluppo delle attività progettuali e il relativo stato di avanzamento sono documentati mediante la registrazione delle attività di controllo sui Report di Progetto (Mod. 02) e l'eventuale aggiornamento della pianificazione, generale o operativa, della progettazione.

Durante tutte le fasi di sviluppo del progetto, il legale rappresentante, o chi da lui delegato, coordina e supervisiona tutte le attività operative, fino alla chiusura e validazione del progetto stesso.

### **6.3.7 RIESAMI E VERIFICHE DEL PROGETTO**

Nei momenti indicati in fase di pianificazione generale e in eventuali ulteriori momenti definiti nei singoli piani operativi di fase, i risultati ottenuti sono sottoposti a Riesame e Verifica, in modo da assicurare che i dati, i requisiti di base e le

finalità della progettazione siano stati rispettati.

I Riesami e le Verifiche della progettazione hanno lo scopo di ottimizzare il lavoro svolto e di prevenire o minimizzare gli eventuali problemi allo sviluppo del progetto stesso.

Le modalità di esecuzione delle attività di riesame e verifica sono le seguenti.

Il Riesame generalmente è programmato al termine di ciascuna fase e/o attività della progettazione.

Esso consiste in un esame oggettivo, documentato, sistematico e critico del progetto, che consente di individuare, anticipare problemi ed inadeguatezze ed avviare azioni correttive atte a garantire che il risultato finale conduca agli obiettivi stabiliti. Al Riesame partecipano tutte le Funzioni, definite di volta in volta, coinvolte nelle attività di progettazione e, se necessario, nelle fasi di implementazione e attuazione del servizio oggetto di progettazione.

L'esito del riesame è formalizzato dal legale rappresentante o da un suo delegato sul Report di Progetto, dopo aver esaminato e discusso i documenti e/o le attività oggetto di riesame e aver analizzato eventuali alternative sulla base di esperienze in progetti simili o diverse metodologie proposte/analizzate.

Gli eventuali problemi emersi e/o decisioni relative al miglioramento del progetto sono evidenziate in modo formale ed esauriente sullo stesso Report, unitamente alle scelte adottate e azioni pianificate per la relativa risoluzione.

Le Verifiche, effettuate dal legale rappresentante o suo delegato, con l'eventuale coinvolgimento delle altre funzioni, possono essere svolte contestualmente ai momenti di riesame e consistono nel controllo della completezza e della correttezza delle fasi di progettazione oggetto di verifica e dei relativi risultati, al fine di garantire il raggiungimento dei risultati stabiliti. L'attuazione delle verifiche prevede, dunque, il controllo della documentazione prodotta, delle attività realizzate e la registrazione delle attività di controllo, dei documenti e/o delle attività verificati e dei relativi esiti sul Report di Progetto. Tutte le eventuali osservazioni/necessità di modifiche e/o integrazioni sono evidenziate sul Report di Progetto e comunicate alle funzioni coinvolte. Le fasi di Riesame e Verifica possono essere effettuate in maniera distinta o congiunta, in relazione all'oggetto ed al livello di approfondimento della progettazione. Nel caso in cui Riesame e Verifica siano effettuati congiuntamente, i relativi risultati sono documentati su un unico Report di Progetto.

### **6.3.8 VALIDAZIONE DEL PROGETTO**

La validazione del progetto consiste nella verifica della capacità del servizio progettato di soddisfare i requisiti e gli obiettivi stabiliti.

La Validazione del progetto, eseguita sotto la responsabilità del legale rappresentante o di un suo delegato, ha lo scopo, dunque, di verificare che il servizio sia risultato efficace nel rispondere ai risultati attesi.

La validazione del progetto avviene, generalmente, in momenti differenziati e, precisamente:

- - a progetto ultimato, mediante la verifica della risposta positiva del target di utenza cui il servizio si rivolge
- - a breve, medio e lungo termine, in funzione delle modalità e tempistiche stabilite sul Piano di Progetto in riferimento alla valutazione di impatto sulle persone accolte nell'organizzazione, sull'organizzazione stessa e sugli artisti/collettivi accolti.

Le modalità e le tempistiche specifiche per la validazione sono definite in fase di pianificazione della progettazione, in funzione delle peculiarità di ciascun progetto, e documentate sul Piano di Progetto.

Ciascun momento di validazione viene registrato sul Report di Progetto, che documenta le attività svolte, gli esiti, eventuali problemi riscontrati e le conseguenti azioni migliorative individuate. I risultati della validazione costituiscono un importante riferimento per le successive attività di progettazione di servizi analoghi.

La validazione della progettazione della struttura del servizio per i servizi consolidati è, comunque, effettuata periodicamente, contestualmente all'attività di Riesame del Sistema, al fine

di monitorare il mantenimento dell'efficacia delle modalità di erogazione del servizio progettate e assicurare la continua adeguatezza dei requisiti stabiliti, rispetto ad eventuali cambiamenti intervenuti, quali innovazioni delle metodologie operative, novità legislative, esigenze di ulteriori qualificazioni del personale, richieste del committente, bisogni dell'ospite, ecc.

### 6.3.9 GESTIONE DELLE MODIFICHE AL PROGETTO

Per modifica del progetto si intende ogni variazione volontaria rispetto ad uno stato già precedentemente considerato definitivo e documentato.

Una modifica può essere avviata in fase di sviluppo del progetto, a seguito di difficoltà o possibilità di miglioramento riscontrate in fase di realizzazione del servizio, oppure a seguito di esplicita richiesta da parte del Cliente.

Le modifiche sono documentate nel modello 3. Le necessità di modifica sono esaminate e valutate al fine di considerare tutti gli effetti positivi e negativi sullo sviluppo del progetto e/o sull'erogazione del servizio. Prima di essere attuate, le modifiche devono essere, dunque, approvate dal legale rappresentante, in base alla verifica della reale necessità della modifica, alla coerenza con i requisiti di base, alla fattibilità tecnica e all'impatto economico e contrattuale della modifica.

## 6.4 INDICATORI DI PROCESSO

L'efficacia del processo di progettazione è verificata, in relazione agli obiettivi stabiliti mediante l'utilizzo di appositi indicatori, monitorati secondo frequenze stabilite. Per ciascun obiettivo stabilito, vengono, inoltre, definite le modalità e le tempistiche di raggiungimento e individuati idonei indicatori per il relativo monitoraggio.

## 6.5 DOCUMENTAZIONE

CODICE	TITOLO	ARCHIVIAZIONE	
		Responsabile	Durata
Mod 01	Piano di Progetto	legale rappresentante	3 anni
Mod 02	Report di Progetto	legale rappresentante	3 anni
Mod. 03	Modifiche progetto	legale rappresentante	3 anni

add your logo	<b>PIANO DI PROGETTO</b>  <b>ART NO STOP</b>	N. _____ Pagina ____ di _____
---------------	--	----------------------------------

<b>SEZ1</b>	<b>INDIVIDUAZIONE REQUISITI / DATI DI BASE</b>
-------------	--

Progetto/Servizio: <b>ART NO STOP</b>	<input type="checkbox"/> NUOVO SERVIZIO <input type="checkbox"/> MODIFICA SERVIZIO ESISTENTE
Proposto da:	

IDEA / OBIETTIVI DEL PROGETTO	COMPOSIZIONE GRUPPO DI PROGETTAZIONE	
		NomeeCognome Ruolo

<b>ESIGENZE E BISOGNI RILEVATI NELL'ORGANIZZAZIONE E SUL TERRITORIO</b>
---

add your logo	<b>PIANO DI PROGETTO</b>  <b>ART NO STOP</b>	N. _____ Pagina ____ di _____
---------------	--	----------------------------------

<b>TIPOLOGIA / TARGET PERSONE IN AREA DI SVANTAGGIO DA COINVOLGERE</b>
--

<b>TIPOLOGIA DI PROGETTI ARTISTICI DA ACCOGLIERE</b>
--

<b>RISORSE UMANE NECESSARIE (interne – esterne)</b>
---

<b>RISORSE STRUTTURALI NECESSARIE (interne – esterne)</b>
---

<b>RISORSE MATERIALI NECESSARIE</b>

<b>STIMA DEI COSTI</b>

<b>REQUISITI COGENTI / AUTORIZZAZIONI NECESSARIE</b>

<b>ALTRI ASPETTI RILEVANTI</b>

<b>ANALISI DI PROGETTO CON METODO DISNEY</b>		
<b>THE DREAM</b>	<b>ASPETTI PRESENTI</b>	<b>CRITICITA'</b>

DOCUMENTI DI RIFERIMENTO / NOTE
---------------------------------



add your logo	<b>PIANO DI PROGETTO</b>  <b>ART NO STOP</b>	N. _____ Pagina ____ di
---------------	--	----------------------------

<b>SEZ2</b>	<b>PROGRAMMA GENERALE</b>
-------------	---------------------------

FASE	RESPONSABILE/I	TEMPI							
Mappatura dei bisogni in relazione al servizio ideato									
Definizione del budget economico per la verifica della fattibilità del servizio nel tempo									
Riesame dei dati di base									
Elaborazione del progetto esecutivo									
Riesame e verifica del progetto									
Assegnazione fondi per la realizzazione del servizio									
Implementazione del servizio									
Acquisizione delle autorizzazioni necessarie									
Validazione									
Creazione degli strumenti di pubblicizzazione del servizio (sito web, carta dei servizi, opuscoli)									
Pubblicizzazione del servizio									
Attivazione del servizio									
Validazione									
Valutazione di Impatto									

Firma legale rappresentante dell'organizzazione hosting _____ Data _____
--

add your logo	<b>PIANO DI PROGETTO</b>  <b>ART NO STOP</b>	N. _____ Pagina ____ di
---------------	--	----------------------------

<b>SEZ3</b>	<b>PIANO OPERATIVO</b>
-------------	------------------------

FASE DI PROGETTO	RISORSE COINVOLTE

DESCRIZIONE ATTIVITA'	RESPONSABILE	RISULTATI ATTESI / DOCUMENTI DA PRODURRE	TEMPI

Firma legale rappresentante e risorse coinvolte _____  Data _____
---

Progetto/Servizio:  
**ART NO STOP**

FASE	RISORSE COINVOLTE
TIPO DI ATTIVITA'	
REPORT DI FASE/ATTIVITA' <input type="checkbox"/>	VALIDAZIONE <input type="checkbox"/>
RIESAME <input type="checkbox"/>	MODIFICHE <input type="checkbox"/>
VERIFICA	<input type="checkbox"/> ALTRO <input type="checkbox"/> _____
ATTIVITA' SVOLTE / ARGOMENTI TRATTATI	
PROBLEMI RISCONTRATI / PROPOSTE MIGLIORATIVE / AZIONI PROPOSTE	
ALLEGATI:	Firma PRES _____ Data _____

<b>ESITO</b> <input type="checkbox"/> OK <input type="checkbox"/> NON OK	NOTE:
FIRMA LEGALE RAPPRESENTANTE O SUO DELEGATO _____ DATA _____	

LOGO	<b>MODIFICHE PROGETTO</b>	Pagina 1 di 1
------	---------------------------	---------------

Servizio:	ART NO STOP
-----------	-------------

**DESCRIZIONE MODIFICA**

**MOTIVAZIONI MODIFICA**

**DOCUMENTI ALLEGATI**

**VALUTAZIONE DELLA MODIFICA RICHIESTA E RELATIVO ESITO**

**PIANIFICAZIONE DELLE AZIONI DA ATTUARE**

Necessario nuovo piano di progetto: NO SI Rif. Piano di Progetto N. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_

FIRMA LEGALE RAPPRESENTANTE \_\_\_\_\_ DATA \_\_\_\_\_

## ALLEGATO 1 - CONTRATTO RESIDENZA CREATIVA

---

Per le attività di RESIDENZA CREATIVA di artisti/compagnie presso \_\_\_\_\_

*Accordo tra le organizzazioni o persone:*

*Nome dell'organizzazione accogliente (da ora definita hosting)*

\_\_\_\_\_

Indirizzo

\_\_\_\_\_

Numero di identità (REA)

\_\_\_\_\_

Rappresentante

legale

Nome, ): \_\_\_\_\_  
CI, Passaporto) \_\_\_\_\_

*Nome dell'organizzazione artistica/persona accolta (da ora definita artista/collettivo)*

\_\_\_\_\_

Indirizzo

\_\_\_\_\_

Numero di identità (REA)

\_\_\_\_\_

Rappresentante legale

(Nome, ): _____ (CI, Passaporto) _____
---

*Con il presente accordo si definiscono le modalità di accoglienza della residenza creativa, definendo con chiarezza nel presente accordo ogni aspetto relativi ai servizi offerti, alle differenti opportunità ed ai diritti sulla creazione.*

La residenza creativa sarà sviluppata presso \_\_\_\_\_ nella sede di \_\_\_\_\_.

L'Artista/Collettivo opta per una delle tre seguenti opzioni, che l'Ente ospitante accetta.

OPZIONE 1  
CREAZIONE AUTONOMA

L'Artista/Compagnia usufruirà dei seguenti servizi:

L'Artista/Compagnia utilizzerà gli spazi dell'hosting \_\_\_\_\_  
giorni: dal \_\_\_\_ al \_\_\_\_  
orari: dal \_\_\_\_ al \_\_\_\_

- utilizzo degli spazi per euro \_\_\_\_ per il periodo definito;
- Consulenza Regia per euro orarie \_\_\_\_\_;
- Supporto tecnico per euro orarie \_\_\_\_\_;

- pernottamento presso \_\_\_\_\_ in camere condivise per un importo giornaliero pari a \_\_\_\_ euro a stanza ( \_\_\_\_ letti) con bagno \_\_\_\_\_;

● Prima colazione italiana (latte, caffè, biscotti, pane, marmellata) per \_\_\_\_ euro giornaliero. Si specifica che nell'ottica di una sostenibilità economica, sociale ed ambientale l'hosting utilizza prioritariamente beni alimentari donati destinati al macero

- Pranzo (1 portata; 1 contorno; frutta; caffè) \_\_\_\_ euro giornaliero
- Cena (1 portata; 1 contorno; frutta; caffè) \_\_\_\_ euro giornaliero

I costi saranno pagati tramite BONIFICO \_\_\_\_\_ IBAN \_\_\_\_\_, entro \_\_\_\_\_

L'artista/collettivo non sosterrà costi in quanto opta per la formula di reciproca sostenibilità sociale ed economica, offrendo in cambio degli spazi offerti dall'hosting le seguenti attività gratuite a favore delle persone accolte o sostenute dall'hosting:

- laboratori gratuiti di \_\_\_\_\_ per un numero di \_\_\_\_\_ ore, le cui date saranno concordate con la coordinatrice della comunità in base alle disponibilità delle persone accolte;
- n. \_\_\_\_ spettacoli i cui ricavati saranno devoluti a favore dell'hosting al fine della sostenibilità economica delle sue azioni.

I diritti d'autore saranno dell'Artista/Compagnia.

OPZIONE 2  
CO-CREAZIONE

L'Ente ospitante metterà a disposizione gratuita gli spazi della \_\_\_\_\_ dal \_\_\_\_\_ al \_\_\_\_\_ nei seguenti giorni ed orari:.....  
Tutti i costi relativi a pernottamento/vitto e supporto regia/supporto tecnico saranno condivisi in parti uguali da Artista/Collettivo ed Ente Ospitante;  
I diritti di Autore saranno condivisi.

OPZIONE 3  
CREAZIONE TENROCK

L'ente ospitante metterà a disposizione gratuita gli spazi della cooperativa sociale \_\_\_\_\_ dal \_\_\_\_\_ al \_\_\_\_\_ nei seguenti giorni ed orari:.....  
L'ente ospitante si assumerà i costi di supporto tecnico/regia/vitto e alloggio della residenza creativa.  
L'artista/Collettivo presterà gratuitamente la propria collaborazione al processo creativo, riservandosi il diritto di prelazione sulla chiamata per la messa in scena per un periodo di tre anni.  
I diritti d'autore saranno della cooperativa sociale Tenrock.

Il coordinatore del progetto, nominato dall'organizzazione è

GABRIELE CAGNAZZO, Direttore Artistico del Teatro Circo Chapiteau TenRock

Letto confermato e sottoscritto in \_\_\_\_\_, il \_\_\_\_\_

Firma dell'ente ospitante

Firma dell'artista/gruppo



# 7. PIANIFICAZIONE DELLA PRODUZIONE DI UN EVENTO

## NOTA PRELIMINARE

Ci sono molti punti da considerare quando si pianifica e si produce un evento, li abbiamo elencati sistematicamente qui sotto.

Perché e che cosa c'è di speciale nel pianificare e produrre un evento? Bisogna essere consapevoli che con un evento si lascia la propria dimensione personale e privata. Questo succede già con un'attività per strada. Ognuno di noi ha uno spazio personale di cui ha bisogno per il proprio benessere, sicurezza ed espressione personale. Questo significa limitare certi movimenti, certi volumi, certe attività ad una scala più piccola di quella che si userebbe in una palestra per esempio. Prendiamo l'esempio di un artista che suona musica per strada, cioè nello spazio pubblico. È più forte e presente di qualcuno che ascolta solo musica con le cuffie e cammina per strada.

Quindi, se si esce da questa sfera puramente privata, bisogna essere premurosi in modo speciale e conoscere i limiti permessi, appropriati e accettati nel rispettivo spazio culturale. Alcuni di questi confini sono definiti legalmente, altri sono basati sulle convenzioni di una società. In una società può essere lecito rivolgersi

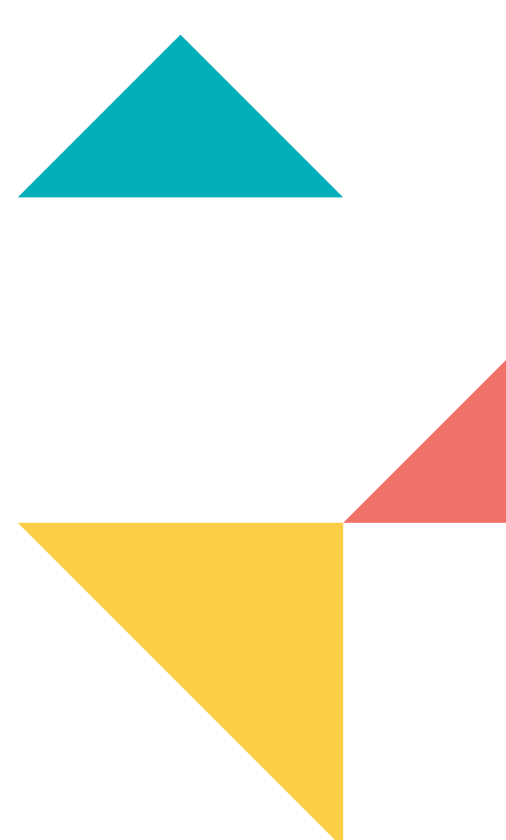
direttamente alle persone e guardarle negli occhi, in altre sarebbe fuori luogo e inappropriato.

Se volete offrire un evento al pubblico e tenerlo nelle vostre proprie sale, ci sono ulteriori problemi. Si compone per lo più di estranei il pubblico che invitiamo e per i quali ci assumiamo la responsabilità che non gli accada nulla nelle nostre sale e al nostro evento. Che lì sono al sicuro. Che anche se dovesse accadere un incidente, come il fuoco o il vento, possono lasciare le nostre stanze in modo sicuro.

Per questo abbiamo un gran numero di regolamenti che sono emersi dall'esperienza di molti anni e anche dai problemi. Alcuni di esse possono essere considerate eccessive o esagerate, ma c'è sempre una ragione per cui tali norme sono nate.

È per questo che di solito è necessario registrare pubblicamente certi eventi con le autorità di regolamentazione e le istituzioni competenti, che poi richiedono certe basi. Chi è responsabile, chi è l'organizzatore, chi è responsabile e chi è responsabile della sicurezza?

Questo di solito inizia con la pubblicazione di un volantino o di un poster, dove dobbiamo dichiarare "chi è responsabile della pubblicazione".



Lo stesso vale per i media online e i siti web. Per poter trattare in modo strutturato queste numerose e molto diverse questioni, abbiamo elaborato un elenco sistematico, che presentiamo e spieghiamo qui di seguito.

## **DESCRIZIONI DEL LAVORO**

Esistono le professioni di tecnico di eventi e manager di eventi, che si occupano solo della realizzazione di essi e conoscono molti dettagli che si presentano sempre al realizzare un evento. Questo va dai collegamenti per l'elettricità e la luce alle vie di fuga o anche l'organizzazione su come controllare il numero di spettatori. Anche i requisiti della legislazione alimentare possono giocare un ruolo.

## **ASSISTENTE ALLA GESTIONE**

Come gli event manager, gli assistenti di gestione degli eventi si occupano della realizzazione completa di un evento, compresa una pianificazione finanziaria che funzioni.

Naturalmente, ci sono anche "specializzazioni" in questo campo e molti professionisti che si sono specializzati in fiere, matrimoni o mercati, per esempio.

## **7.1 CONCETTO ANALISI DELLA SITUAZIONE**

Qual è l'idea dietro l'evento?

Per arrivare a un concetto centrale di un evento, è importante rivedere la situazione attuale. Qual è la situazione attuale, quali problemi esistono? Dove c'è bisogno di ottimizzazione? Più l'analisi della situazione è approfondita, più l'evento avrà successo, perché sarà adattato in modo ottimale al gruppo target e alla rispettiva situazione.

Nel caso di eventi non riusciti, può essere stato pianificato qualcosa che non ha alcuna base, dove non c'è un bisogno e che è stato concepito e creato completamente fuori contesto.

Ci sono molti eventi che vengono pianificati sempre nello stesso modo a causa della tradizione, del successo o delle circostanze. Tuttavia, può anche avere senso ed essere efficace percorrere strade completamente nuove e implementare qualcosa che non è mai stato fatto prima, al fine di creare un'esperienza unica per il pubblico e i visitatori.

### **OBIETTIVI**


Quali sono gli obiettivi? Cosa si dovrebbe ottenere con l'evento?

C'è una distinzione tra obiettivi grossolani e fini. Una volta che gli obiettivi sono chiari, l'evento può essere pianificato. Così, anche l'evento acquisterà valore e significato. Altrimenti, si ha un evento senza senso che non ha alcun impatto o valore per la società.

### **DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI**

Come posso raggiungere gli obiettivi? Dopo aver fissato gli obiettivi, posso considerare il modo migliore per





raggiungerli e pianificare di conseguenza. In generale, è importante seguire la sequenza: Analisi della situazione, obiettivi, pianificazione.

## 7.1.1 ATTUAZIONE DEL CONCETTO DI TEMPISTICA

Un calendario concreto è necessario per il successo di un evento. Ha senso controllare sempre l'orario per assicurarsi che sia aggiornato. Fissare delle scadenze aiuta a rispettare la tabella di marcia.

Un orario elenca tutte le attività, i compiti, gli appuntamenti e le procedure con i loro rispettivi orari di inizio e fine. Si ottiene una panoramica della durata dei singoli progetti.

Il programma deve essere comunicato a tutte le persone coinvolte e il suo rispetto deve essere controllato. Qui sono annotate anche le rispettive responsabilità, vale a dire che tutte le persone coinvolte nell'evento sono assegnate come responsabili nel programma in base alle loro risorse.

Esiste una tabella di marcia approssimativa, ma può anche essere utile redigere un piano giornaliero in ogni caso e lavorare nel modo più efficiente ed efficace possibile e non impantanarsi in dettagli inutili.

## 7.2 FINANZIAMENTO. COME FINANZIARE UN EVENTO

### 7.2.1 BUDGET PLANNING


Bisogna considerare ciò che è necessario per realizzare il progetto. È importante distinguere tra costi fissi e costi variabili. In generale, è importante calcolare al rialzo piuttosto che al ribasso, altrimenti la realizzazione del progetto potrebbe essere compromessa se il budget non è sufficiente. Per i costi che non sono ancora del tutto chiari, fate una stima generosa e pianificate in ogni caso circa il 10-20% del budget totale per l'imponderabile.

### 7.2.2 COSTI FISSI

I costi fissi sono quelli che sono certi di essere sostenuti ogni mese. Questi costi possono essere tranquillamente messi a bilancio e non cambieranno a breve termine. Se diversi progetti o eventi hanno luogo in un anno, una percentuale dei costi fissi dovrebbe essere inclusa nel calcolo. Possibili costi fissi potrebbero essere, per esempio, personale, affitto, telefono, internet, auto.

### 7.2.3 COSTI VARIABILI

I costi variabili sono quei costi che possono variare da un evento all'altro. Per esempio, personale, pubblicità, materiale, trasporto, alloggio, catering, ecc.



## 7.2.4 POSSIBILITÀ DI FINANZIAMENTO

Per poter finanziare un evento, è necessario elaborare un concetto finanziario. È possibile finanziare un evento con un solo componente o con un mix di finanziamenti. Un'alternativa dovrebbe sempre essere pianificata nel caso in cui un componente non sia sufficiente per la realizzazione.

### FINANZIAMENTO

C'è una vasta gamma di opzioni di finanziamento private e statali, che possono essere selezionate a seconda del tipo e del tema dell'evento. Nella maggior parte dei casi, un concetto deve essere presentato entro un certo periodo di tempo.

### DONAZIONI

Il finanziamento attraverso le donazioni è possibile, ma naturalmente è sempre una questione un po' incerta, poiché non è mai possibile dire esattamente se ci saranno abbastanza donazioni. Quando si finanzia attraverso le donazioni, il crowdfunding può essere avviato nel periodo precedente l'evento, per esempio. In questo modo, si può pianificare ciò che sarà disponibile. Se le donazioni vengono acquisite solo durante o dopo l'evento, non possono essere incluse nella pianificazione del budget o possono essere utilizzate solo per gli extra.

### SPONSORIZZAZIONI

A seconda dell'evento, può essere

vantaggioso per entrambe le parti lavorare con gli sponsor.

Quando si cercano degli sponsor, è meglio considerare chi potrebbe beneficiare di una possibile cooperazione - questo crea una situazione win-win. Con una sponsorizzazione, entrambe le parti beneficiano della cooperazione. Il partner sponsor fornisce denaro o materiale o una location per l'evento e riceve qualcosa in cambio - di solito sotto forma di pubblicità. In questo modo, il prodotto dello sponsor può essere promosso o una pubblicità può essere inserita in modo mirato. C'è anche la sponsorizzazione senza contropartita.

### REDDITO DA RISORSE PROPRIE


L'affitto e i materiali in particolare possono essere finanziati con fondi propri o, se necessario, si possono usare i soldi delle riserve di eventi precedenti.

### RISERVE

È consigliabile contare con riserve per ogni evento, poiché possono sempre verificarsi imprevisti, il budget può non essere sufficiente o sono necessari acquisti aggiuntivi. Se non fosse necessario per le emergenze, avere un bonus aggiuntivo non fa per nulla male.

### FINANZIARE ATTRAVERSO ENTRATA O CONTRIBUTI

È un'opzione, ma non deve essere obbligatoriamente fatto. È importante scegliere una quantità appropriata, non troppo ma nemmeno troppo poco -



altrimenti potrebbe perdere valore. Nel calcolo è utile indicare il numero minimo di incassi, cioè il numero a partire dal quale l'evento avrà luogo. Includere l'importo massimo nel calcolo solo se si è sicuri al 100% che gli incassi arriveranno

## LA DATA "STOP-OR-GO"

Questo è un momento molto importante, soprattutto in tempi difficili. A questa data si decide se l'evento può effettivamente avere luogo perché il finanziamento è su una base sicura o se il finanziamento non è sufficiente per la realizzazione del progetto completo.

## 7.3 PROGRAMMA

Quando si pianifica il programma, bisogna considerare molte cose e trovare il giusto mix. Non ci deve essere troppo o troppo poco, le sovrapposizioni di programma sono da evitare o pianificate nello specifico se necessario.

Il programma deve essere attraente e vario e mantenere i visitatori felici. Ore di discorsi non sono adatti a nessuno, anche se il pubblico è interessato all'argomento. Spesso è meglio creare un programma con diversi generi, cioè non solo musica, ma anche qualcosa di visivo. In generale, l'evento viene ricordato meglio se fa appello a diversi sensi.

### 7.3.1 CALENDARIO DELL'EVENTO

Si consiglia di redigere un calendario del programma per avere una visione d'insieme. Questo può includere un piano organizzativo di ciò che è necessario per

ogni punto del programma, quando e chi ne è responsabile.

È anche importante pianificare un piccolo cuscinetto per il futuro e l'avvenire, poiché ritardi o cancellazioni sono sempre possibili. Pertanto, è sempre consigliabile mantenere una certa flessibilità.

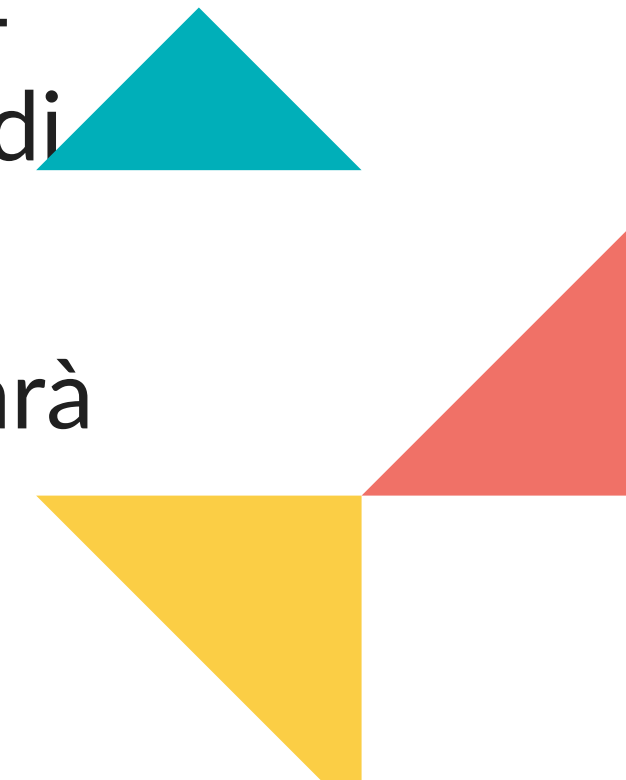
Non dimenticate di pianificare il tempo di allestimento e smontaggio e di discuterne con la location, altrimenti potrebbero esserci spiacevoli sorprese.

## 7.4 LOCATION

Quale luogo è più adatto per l'evento? È disponibile l'infrastruttura necessaria? Per gli eventi all'aperto e le condizioni meteorologiche incerte, si dovrebbe sempre considerare un'alternativa adeguata. Quando si sceglie un luogo, è anche importante considerare se i rispettivi requisiti possono essere soddisfatti. Questo si riferisce a questioni come la sicurezza, il numero massimo di persone..

Oltre alle condizioni pratiche, il luogo dovrebbe anche adattarsi esteticamente all'evento e avere un'atmosfera adatta. Questo può essere corretto solo con molto sforzo attraverso la decorazione ecc.

Ci sono molti criteri che possono aiutare nella scelta di un luogo. È possibile una versione interna ed esterna? Ci sono abbastanza posti auto? Ci sono abbastanza servizi igienici disponibili? È possibile accogliere il numero previsto di visitatori? Ci sono possibilità di implementare il catering desiderato? Sarà



necessario noleggiare attrezzature come sedie, stoviglie o servizi igienici?

## 7.5 TEAM

Il team sarà molto probabilmente composto da una squadra fissa che si occuperà dell'organizzazione principale e poi da ulteriori freelance che possono essere contrattati per determinati aspetti. In generale, è importante - come in qualsiasi squadra - trattare tutti i dipendenti con rispetto, indipendentemente dalla loro posizione. Una buona atmosfera nella squadra ha un effetto enorme sull'ambiente di lavoro e quindi sul risultato del lavoro. Dovresti cercare di creare un ambiente e delle condizioni attraenti per il gruppo, affinché tutti si divertiranno a lavorare e si impegneranno di conseguenza nel progetto. Anche la comunicazione all'interno del team è particolarmente importante - dovrebbe essere sempre aperta, onesta, riconoscente e, nel migliore dei casi, basata sulla partnership. L'evento sarà riuscito e di successo tanto quanto la cooperazione all'interno della squadra. Durante l'evento ha senso avere responsabili per i rispettivi compiti, quindi si assegna qualcuno che è responsabile del programma, chi organizza e supervisiona il catering, chi si occupa degli artisti, chi coordina l'allestimento e lo smontaggio ecc.

### 7.5.1. TEAM FISSO

In una squadra fissa, è consigliabile distribuire le responsabilità e quindi anche le competenze. Possibili aree di responsabilità potrebbero essere gestione del personale, finanze, programma, marketing e comunicazione, affari sociali, materiale. Ha senso avere una piattaforma comune di lavoro online per avere un accesso rapido alle informazioni importanti. Allo stesso tempo, uno scambio personale è anche importante, perché in questo modo uno può aggiornarsi e allo stesso tempo essere ispirato o fare ulteriori commenti e aggiunte. Si possono organizzare incontri settimanali regolari a questo scopo. Se non è logisticamente possibile, si possono considerare anche strumenti online per le riunioni.

### 7.5.2 I FREELANCER

I freelance sono una parte importante del lavoro, ad esempio per compiti specifici o per workshop o altri compiti una tantum che nessuno del team può assumere.

### 7.5.3 VOLONTARI E AIUTANTI

I volontari sono sostenitori molto importanti e una grande risorsa per un progetto. Decidono di assumersi il compito volontariamente e sono quindi di solito pienamente impegnati. Pertanto, è particolarmente importante trattarli con apprezzamento e rispetto. Per quanto possibile, dovrebbero anche essere dedicati a un compito secondo i loro interessi e capacità.



## 7.6 GROPPPO TARGET

Per chi è l'evento?

È importante essere chiari sul gruppo target in modo da poter adattare gli eventi ai bisogni del pubblico destinatario. Un evento per bambini ha bisogno di cose diverse da un evento per studenti. Queste differenze iniziano con il catering e il programma di supporto e finiscono con la pubblicità e l'annuncio del programma. Bisogna trovare i canali pubblicitari che si adattano al gruppo target. Per i giovani adulti, sarà soprattutto internet, mentre per gli anziani, la pubblicità sul giornale sarà probabilmente più efficace.

## 7.7 CATERING

Il catering è un fattore chiave per il successo di un evento.

Di nuovo, il gruppo target determinerà la scelta del catering. È importante considerare se il catering è incluso nell'offerta o se è offerto in vendita. Gli ingressi possono far parte del budget; qui è importante calcolare realisticamente, altrimenti l'intero piano finanziario può essere rovesciato.

Quando si pianifica il budget, si aggiungono le entrate e le spese effettive e ciò può essere usato come base per un prossimo evento simile.

Spesso è un grande sollievo pianificare il prossimo evento alla fine di un altro. Per esempio, potete fare subito delle prenotazioni e usarle come base per le

trattative finanziarie con i fornitori. L'evento successivo è di solito molto meno dispendioso in termini di tempo rispetto al primo evento.

## 7.8 DIRITTI E OBBLIGHI

### 7.8.1 ASSICURAZIONE

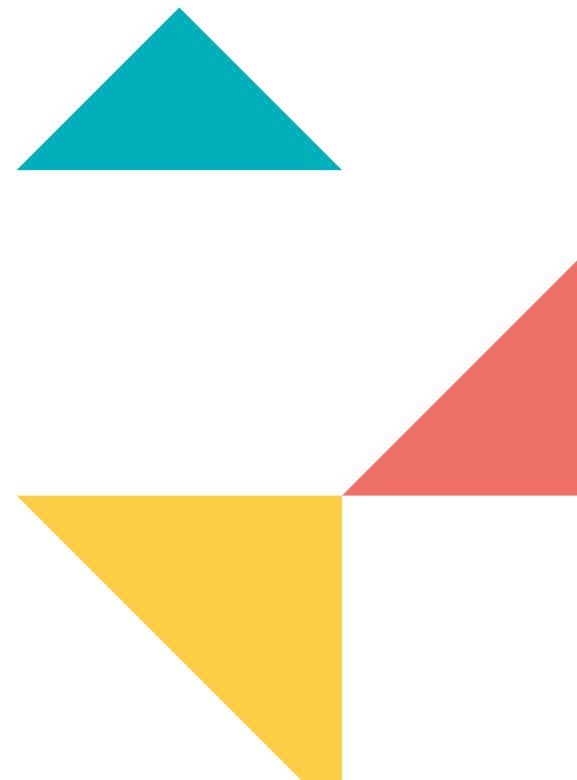
Un'assicurazione adeguata deve essere stipulata per ogni evento, sia esso al chiuso chiuso che all'aperto. Le tariffe e le condizioni dipendono dal numero di visitatori e dalle circostanze in loco.


### 7.8.2 PERMESSI

Tutti gli eventi sono soggetti ad approvazione e devono essere registrati presso le autorità e gli uffici competenti prima dell'evento. Nessuna dichiarazione vincolante può essere fatta in riferimento, poiché varia da regione a regione e dipende da molti fattori.

### 7.8.3 GEMA AND KSK

Gema- L'uso pubblico della musica è soggetto a pagamento. Un uso pianificato della musica deve essere registrato con la GEMA prima dell'evento. Ci sono diverse tariffe per questo. Le società ombrello hanno spesso negoziato tariffe speciali per i membri. Si consiglia di contattare la vostra società ombrell o la GEMA direttamente per scoprire la tariffa giusta. In Germania, è richiesta anche una tassa alla Künstlersozialkasse. Si tratta di una divisione del Fondo Federale e dell'Assicurazione contro gli infortuni ferroviari. Con l'attuazione della legge sull'assicurazione sociale degli artisti





i(KSVG), assicura che gli artisti e i pubblicitari che lavorano in proprio godano di una protezione simile a quella dei lavoratori dipendenti nel sistema di assicurazione sociale legale.

Le società e le imprese private, le corporazioni pubbliche, le istituzioni, le associazioni registrate, comprese le associazioni senza scopo di lucro, e altre associazioni di persone che non commissionano solo occasionalmente il lavoro possono essere obbligate a pagare la tassa.

La Künstlersozialkasse definisce l'incarico occasionale quando la somma totale di tutti gli onorari pagati in un anno solare non supera i 450 euro.

Se il numero di eventi è decisivo per l'obbligo di pagare i contributi secondo la clausola generale, c'è l'obbligo di pagare i contributi solo se si tengono più di tre eventi e la somma totale di tutte le quote pagate supera i 450 euro in un anno.

### **7.8.4 CORONA**

A causa della pandemia di Coronavirus, sono sorti ulteriori requisiti che riguardano per esempio le distanze tra gli spettatori o i controlli all'ingresso. Tutto questo non complica le cose e quindi una lista di controllo è utile in ogni caso per renderti le cose più facili.

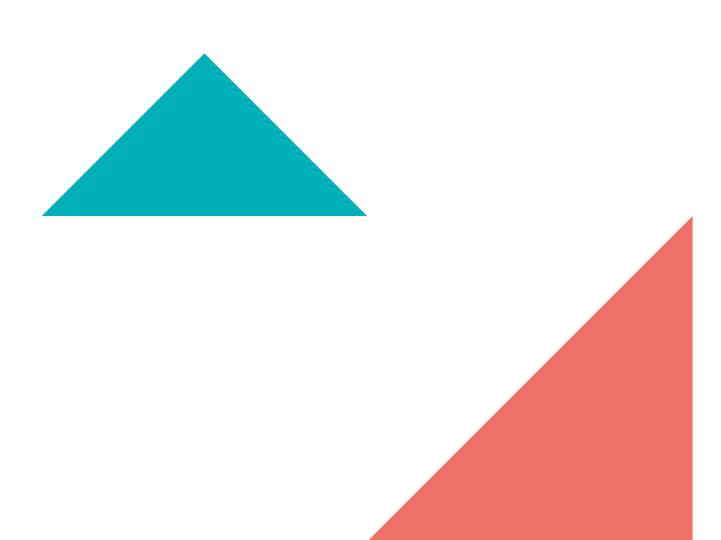
### **7.8.5 ARTE DI STRADA**

Per il caso speciale di un artista di strada con una performance di strada, altri due suggerimenti. A seconda del luogo e del comune, può essere necessario ottenere un permesso. Anche l'artista di strada in piedi con una chitarra sul ciglio della strada in una zona pedonale non è esente da requisiti organizzativi di base. Ci sono anche requisiti per quanto riguarda il fatto che uno stia davanti alla vetrina di un negozio e se il proprietario è contento di ciò. È importante anche come ci si organizza come artista di strada, se e come si raccolgono i soldi, con la custodia della chitarra, con un cappello o con una piccola scatola che passi al pubblico? Quindi, che si tratti di evento in grande o piccola scala è importante conoscere alcune domande in anticipo e organizzare, perché così il nostro evento, quello che vogliamo mostrare, risulta a fuoco e possiamo essere sicuri che questo funzionerà bene.

### **7.9 CHECKLIST**

Ci sono molti punti da considerare ed è quindi estremamente utile creare una lista di controllo personale in modo che nessun punto venga dimenticato.

La check-list dovrebbe essere sempre controllata per la sua validità e integrata se necessario. Allo stesso tempo, si possono stabilire delle scadenze e assegnare delle responsabilità. La lista può anche essere usata come base per il prossimo evento.



Soprattutto per i grandi eventi è importante procedere in modo strutturato e pianificato, altrimenti date e scadenze importanti potrebbero essere trascurate.

## **7.10 DOPO L'EVENTO**

Dopo l'evento è allo stesso tempo prima dell'evento, quindi è importante investire molto tempo nella decostruzione e nella valutazione dell'evento.

La lista di controllo personale dovrebbe essere rivista e completata con punti importanti.



# 8. MARKETING E COMUNICAZIONE

## 8.1 MARKETING - DEMARCAZIONE

Il termine marketing proviene dal campo delle imprese economiche. Si usa per descrivere le attività di commercializzazione di prodotti e servizi. Questo significa offrirli in vendita in modo tale che gli acquirenti percepiscano questa offerta come desiderabile e appetibile - o in altre parole, si tratta di presentare i prodotti in modo tale da risvegliare i desideri o aumentare i bisogni.

Questo è il pensiero imprenditoriale che nel ventesimo secolo, come concetto di gestione orientata al mercato, intende sfruttare e gestire i bisogni e le aspettative dei clienti. Questo porta a promesse combinate, come quelle di essere felici solo possedendo un certo prodotto (auto, cellulare, cosmetici).

Nel frattempo, la comprensione del marketing per influenzare le decisioni di acquisto si sta evolvendo ancora di più in una concezione che identifica i bisogni potenziali con studi psicologici e ricerche di mercato già durante lo sviluppo dei prodotti. Da questo si sviluppano l'approvvigionamento, la produzione, la gestione e l'impiego del personale.

Il marketing è quindi un termine dell'economia e dei rapporti economici con le persone. Non è quindi direttamente applicabile ai progetti sociali e artistici che hanno una base non commerciale. Piuttosto, nella sua forma attuale, contraddice la motivazione dell'impegno sociale e del lavoro artistico.

Per le istituzioni e gli attori affrontati in questo progetto e in questo manuale, non si tratta di aumentare le vendite o il fatturato come fine a se stesso. Non si tratta di profitto economico o di risveglio o di aumento dei bisogni e degli interessi. Per questo è importante differenziare, perché l'aspetto del pensiero economico influenza in modo dimostrabile il pensiero e il comportamento sociale, ponendo le relazioni degli attori sotto l'aspetto della redditività. Le persone si comportano diversamente tra loro se sono viste come "clienti" o se si vedono come fornitori di servizi.

La designazione tra le istituzioni sociali e i loro gruppi target non può semplicemente essere descritta come "clienti". Anche con gli attori artistici e culturali, le relazioni si basano su una base volontaria, offrendo





qualcosa senza pretendere un valore diretto o equivalente in cambio. Esempio sono gli artisti di strada che offrono musica e chiedono una donazione. Questo ha il carattere di comunità amichevole e sociale, di volontarietà e libertà. È un'offerta di aiuto e sostegno presso le istituzioni sociali e un invito a partecipare a un'espansione del mondo quotidiano con mezzi artistici, presso le istituzioni culturali.

Tuttavia, questo idealismo non esime le istituzioni dall'agire economicamente. Il musicista di strada, per esempio, può anche mettere in vendita un CD della sua musica.

Per questo è un compito della società sostenere le istituzioni sociali e culturali con fondi pubblici e privati per bilanciare la differenza tra sforzo, costi e reddito. Ecco perché l'entità di questo sostegno è sempre un'espressione di prosperità e di stima sociale.

Cosa significano questi aspetti per il "marketing" delle istituzioni sociali e culturali e l'impegno? Il modo migliore per capire il termine "marketing" è di ridurlo al concetto di informazione e autopromozione. Questo tipo di relazioni pubbliche è una forma morbida di pubblicità. Significa posizionarsi visibilmente sul mercato e assicurarsi la propria attenzione. Quindi, una forma breve è: fare del bene e parlarne.


market and ensuring one's own attention. Therefore, a short form is, do good and talk about it.

Ma per ottenere questa attenzione e percezione, è anche importante essere consapevoli degli standard e delle aspettative per presentarsi in modo uguale tra le offerte commerciali e professionali. Dopo tutto, l'aspetto è un'immagine della propria professionalità e un'espressione di serietà. Entrambi sono importanti per costruire la fiducia.

## 8.2 AUTO- PRESENTAZIONE PROFESSIONALE

Non è interesse delle attività sociali e artistiche impostare la presentazione delle proprie attività in modo professionale, poiché sono motivati e spinti da altri motivi. Si vuole mantenere il carattere del dare e avere volontario e non svalutarlo attraverso aspetti economici come il fatturato, il profitto e il guadagno. Così, le rispettive istituzioni sociali e artistiche trovano difficile conciliare come presentare se stesse e il loro lavoro e allo stesso tempo evitare di pubblicizzare dichiarazioni esagerate con promesse o rappresentazioni seducenti.

Si tratta piuttosto di fornire informazioni sulle offerte, attività ed effetti. Si tratta



anche di rivolgersi al gruppo target di possibili sostenitori e sponsor. Dopo tutto, sono anche i sostenitori e gli aiutanti privati che rendono possibile il lavoro indipendente. In particolare per quanto riguarda il sostegno finanziario e l'avvicinamento degli aiutanti volontari. Molte istituzioni spesso trovano inopportuno mettere un riferimento alle donazioni in molti posti sui loro siti web. Ma questo è precisamente qualcosa che può essere fatto al giorno d'oggi, perché le abitudini di visualizzazione sono cambiate così tanto che siamo abituati a vedere pubblicità su altri siti web tutto il tempo. Lì si blocca e ci si concentra sul contenuto. Ora, quando produce i vostri contenuti, notate soprattutto queste sovrapposizioni.

## 8.3 PROFESSIONALE- ANCHE UN ARTE

Combinare efficacemente il marketing sociale e il messaggio è una grande sfida. Come comunicare questioni di fuga, fame, privazione o bisogno quando la pubblicità commerciale mostra bellezza, ricchezza e prosperità?

Questo è possibile, ma richiede una buona idea e implementazione. Un suggerimento per questo è la cooperazione tra agenzie, università e altre istituzioni educative, dove gli studenti si dedicano anche consapevolmente a questo compito speciale per sostenere le istituzioni sociali

e culturali. Si assumono queste sfide speciali per generare un approccio sensibile alle questioni da un lato, ma anche alle offerte necessarie dall'altro. Ne sono emersi esempi convincenti. Se guardate le grandi istituzioni del settore sociale, vi renderete subito conto dell'alto livello a cui lavorano. Alla fine, anche questa implementazione paga. Da un lato nella costruzione dell'immagine delle rispettive istituzioni, e dall'altro nell'identificazione degli sponsor e dei sostenitori con le istituzioni o le strutture culturali.

Un'auto-presentazione convincente non è un lusso, ma un "must". Anche le piccole istituzioni e iniziative sono in competizione per l'attenzione e la percezione con le grandi e affermate istituzioni. Di conseguenza, c'è un'aspettativa su quali informazioni dovrebbero essere disponibili. Questo riguarda il servizio dei siti web, delle offerte informative, anche la presentazione delle circostanze finanziarie in una forma trasparente.

Le piattaforme dei social media hanno contribuito al fatto che si può seguire molto bene questo sviluppo negli ultimi 20 anni. Un esempio dalla Germania. Lì, una fondazione finanziata dallo Stato è stata creata nel 2020. Prima che diventasse attiva essa stessa, c'era una campagna di marketing progettata professionalmente per pubblicizzare l'offerta di finanziamento della fondazione. Questo ha avuto luogo principalmente nei social media.



Ha avuto un tale successo che invece di una richiesta prevista di 200 domande di finanziamento, alla fine ci sono state oltre 12.000 domande di finanziamento. Così si può superare l'obiettivo, ma si può imparare da esso come funzionano queste campagne se riflettono in modo convincente il nucleo dell'iniziativa, l'istituzione sociale e culturale. Perché c'è sicuramente un eccesso d'informazione nella nostra società, per cui ci sarebbero anche difficoltà per coloro che sarebbero interessati alla partecipazione, al coinvolgimento o al sostegno a venire a conoscenza di istituzioni adeguate. In questo senso, si può anche parlare di marketing, che si riferisce alla trasmissione di informazioni, all'offerta di informazioni e naturalmente anche alla presentazione della propria storia.

## 8.4 COMUNICAZIONE

All'inizio di ogni tipo di comunicazione c'è la questione di chi sono i partecipanti. Chi deve parlare, chi deve ascoltare o leggere e, si deve avere un dialogo o un monologo? Per diverse istituzioni, ci sono diversi gruppi target con cui si vuole entrare in contatto e dialogare. La differenza è importante se si vuole comunicare con chi ci importa, con chi si vuole aiutare o con chi si vuole sostenere.


O si tende verso l'altra parte? Comunicare con coloro che si vorrebbe conquistare per il sostegno e la promozione. A questo proposito, la comunicazione si divide in almeno due gruppi, soprattutto nelle

istituzioni sociali e culturali. Inoltre, c'è la comunicazione interna con il team, lo staff e i collaboratori.

Tutto questo non è semplice, ma complesso. Questo può essere visto, per esempio, nei diversi requisiti dei canali di comunicazione. Alcuni sono raggiunti direttamente tramite servizi di messaggia, e-mail, newsletter o post di blog. Altri ancora attraverso i media ufficiali, il giornale o eventi e conferenze.

Per avere un'immagine comune su tutti i media, è essenziale decidere una dichiarazione grafica chiara, semplice e facile da usare. Un logo e un motto sono il primo passo di un'auto-presentazione che forma l'identità. Idealmente, questo dovrebbe includere lo schema dei colori, il carattere e il modello, così come l'uso di termini diversi per descrivere se stessi e coloro con cui si ha a che fare. Per rispondere a queste definizioni e domande, di solito è necessario avere una solida struttura organizzativa che si sia affermata a tal punto da poter rappresentare le proprie caratteristiche. Questo sembra semplice, ma in pratica è un processo più lungo, specialmente quando le istituzioni sono appena agli inizi e vogliono già presentarsi pubblicamente ma stanno ancora sviluppando il loro formato.

Ma è proprio a questo scopo che sono molto importanti le domande poste sopra, che si possono trovare anche in formati di moderazione giocosa.



Con quale colore i membri del team associano la loro organizzazione, con quali numeri, simboli, animali o altre associazioni. Questo è anche qualcosa che può essere provato in un piccolo sondaggio, per esempio con amici e conoscenti, e testato per vedere se le rappresentazioni selezionate trasmettono l'impressione desiderata.

Questi sono un lavoro e un processo che devono essere affrontati. Visti i numerosi compiti quotidiani e il personale e il tempo limitati a disposizione, è necessario organizzare tempi extra per farlo. Questo non è facile da delegare a un grafico o a un'agenzia, perché anche loro hanno bisogno di informazioni su ciò che devono progettare. Quindi non c'è modo di aggirare il fatto che bisogna essere d'accordo su ciò come squadra e a livello di gestione. L'elaborazione delle corrispondenti caratteristiche dell'identità visiva, grafica e le caratteristiche dell'identità multimediale di Aalen possono certamente essere delegate. Ci sono piattaforme online dove si possono fare concorsi, che poi forniscono suggerimenti con le informazioni appropriate, che di solito vanno oltre quello che voi stessi avete in mente. Un esempio è <https://en.99designs.it/> Un'altra opzione è quella di lavorare con il personale appropriato che è responsabile del design visivo all'interno dell'organizzazione.

I primi problemi sorgono rapidamente quando si usa un testo o una lettera in un logo. Il logo deve essere comprensibile solo nella lingua nazionale o anche in altre lingue e possibilmente con altri font?

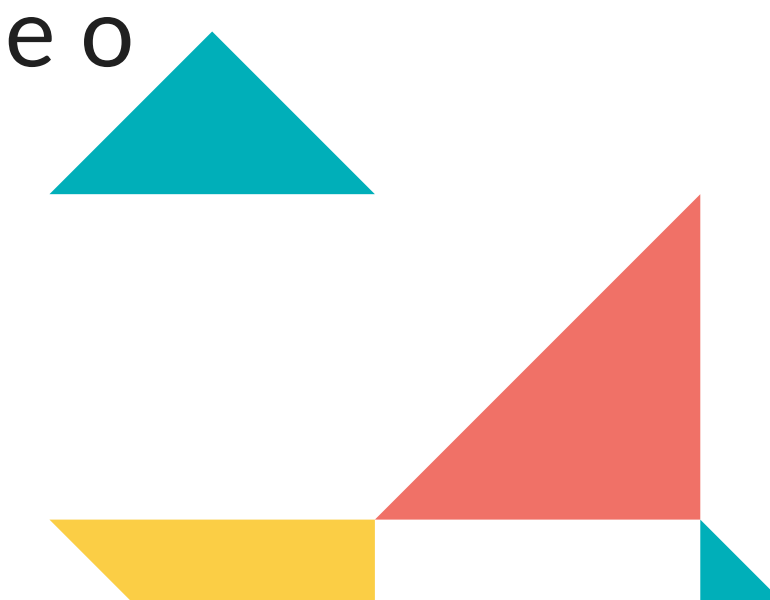
Sviluppate diverse rappresentazioni dei loghi? La questione della colorazione o la scelta di un simbolo animale può essere percepita molto diversamente in un contesto interculturale.

## 8.5 COMPRENSIBILITÀ INTERCULTURALE

Questo concetto significa che prima di iniziare il marketing e la comunicazione, c'è molto da fare. Questo può sembrare noioso e dispendioso in termini di tempo, ma è una base essenziale per una comunicazione a lungo termine e duratura. Vale sicuramente la pena investire una quantità corrispondente di tempo e sforzi nel suo sviluppo, perché dopo tutto, è così che ti presenterai. Comunque sia il processo, alla fine si arriva spesso alla conclusione che "less is more" e "let it alone". Perché più semplici e ridotte sono le caratteristiche impiegate, più facile è la comprensione e la comunicazione interculturale.

## 8.6 BRANDING

In linea di principio, si sviluppa un marchio che è destinato a servire come riconoscimento. Ciò è anche utile al fine di eventi e progetti per sviluppare le proprie rappresentazioni visive. Possono essere il logo e il motto di un festival, il simbolo di un workshop e di corsi di formazione o titoli significativi.



La denominazione degli eventi non riguarda solo l'evento, ma nel migliore dei casi le possibilità di richieste di finanziamento. Gli enti pubblici o le istituzioni corrispondenti parleranno poi anche del progetto con il nome XXX. Se questo di per sé è un buon nome, si ottiene automaticamente simpatia invece che l'incomprensione se il titolo fosse "XChange 35".

Questo è un livello di comunicazione che avrete anche con gli enti pubblici e l'amministrazione. Hanno anche bisogno di capire l'argomento e il tema. E anche qui, meno è meglio.

## 8.7 KIT DI COSTRUZIONE PER LA COMUNICAZIONE

Per una buona comunicazione, si dovrebbero avere i seguenti strumenti e mattoni nella cassetta degli attrezzi della comunicazione:

- visual design: logo e identità aziendale
- Titolo e, se applicabile, sottotitolo descrittivo
- semplici dettagli di contatto: Email, telefono, sito web, social media
- Il dominio e l'email dovrebbero già riprodurre il tema e il contenuto

## 8.8 DOMINIO

I siti web sono una piattaforma importante per la comunicazione esterna. E il nome del dominio gioca un

ruolo cruciale, perché sarà pubblicamente visibile e dovrebbe anche avere una forma che funzioni oltre i confini culturali.

## 8.9 USARE LA VARIETÀ DI TERMINAZIONI DI DOMINIO

Oggi, ci sono molte opzioni per scegliere un nome di dominio che corrisponde all'organizzazione e all'istituzione. Grazie a molte estensioni di dominio diverse, anche i nomi che sono già occupati dal dominio standard possono essere scelti.

Tuttavia, è importante fare una ricerca adeguata in anticipo per ottenere i risultati più chiari possibili in una ricerca su Internet.

### **Email - più di un semplice nome:**


Bisogna ricordare che i nomi possono essere scritti bene in diverse lingue.

L'email corrispondente dovrebbe essere semplice e incomprensibile, e seguire le pratiche correnti, come ad esempio:

info@, Post@, Office@, Press@

Questo è un buon modo per delimitare gli indirizzi dei dipartimenti o delle responsabilità. A questo scopo, a seconda del progetto, potete anche assegnare i nomi dei progetti come e-mail e impostarli bene come e-mail collettiva per il backup e l'inoltro ai membri del team.

Gli indirizzi e-mail personali degli impiegati seguono di solito la convenzione di usare nome e cognome.



Tuttavia, ci sono anche qui delle differenze specifiche del paese. Nonostante sia qualcosa di usato nei rispettivi paesi, tuttavia, può essere ricercato molto facilmente sui siti web delle istituzioni. Ciò permette anche di presentarsi con un aspetto professionale.

Gli indirizzi e-mail di provider gratuiti come @gmail.com, @Hotmail.com o @web.de sono facili da configurare, ma danno sempre un'impressione di personale. Impostare le email personali in un'organizzazione rende più facile controllare il traffico di email dopo che un dipendente lascia il posto.


## 8.10 FIRME IN EMAIL E FORMATI


Le comunicazioni elettroniche via e-mail devono sempre includere la firma con l'indirizzo dell'istituzione e altri dettagli della comunicazione. I loghi o le immagini non devono o non possono essere sempre utili, perché non tutti hanno un accesso veloce a Internet o forse ricevono le e-mail solo come messaggi di testo.

Pertanto, ha senso scrivere i testi nella comunicazione via e-mail in modo tale che funzionino come puri messaggi di testo. Questo limita fortemente le possibilità di formattazione, così che i testi possono essere strutturati e disegnati solo usando lettere maiuscole o caratteri speciali (+++++, ----, #####, \*\*\*\*\*).

## 8.11 LASCIATE PARLARE LE IMMAGINI!

Ma come si fa a comunicare bene? Niente è più interessante delle storie sul campo e delle persone dietro le istituzioni e le strutture. Questo storytelling è uno dei modi efficaci per parlare delle proprie motivazioni, obiettivi e desideri. Fa parte del nucleo del messaggio e dell'attività, per le persone da parte delle persone nelle istituzioni sociali e culturali. Rapporti personali, esperienze, e storie sono ciò che, come le immagini, il testo o video, sono in grado di portare argomenti e contenuti al punto. Le immagini sono quindi uno degli "strumenti di marketing" più importanti. Ciò richiede una selezione mirata, un linguaggio visivo e una fotografia. Le immagini comunicano attraverso le barriere linguistiche. Toccano emotivamente. Possono anche irritare e provocare reazioni nel contesto del titolo o del sottotitolo di un'immagine. Inoltre, le immagini sono versatili e possono essere utilizzate per suscitare impressioni brevi, come accade soprattutto nei social media. Con un tempo di attenzione sulle piattaforme online di pochi secondi, sono le immagini che possono riuscire a farlo. I videoclip sono al secondo posto in termini di efficacia. Qui si possono trasmettere messaggi, cambiare impressioni prospettive.





Esistono molte opzioni per la diffusione. Una sta nel prendere l'iniziativa attraverso i social media, le newsletter dei siti web e i post. Anche la condivisione tramite servizi di messaggistica è facile. Ogni istituzione può la opzione che preferisce al riguardo

Si può controllare il processo da soli, ma bisogna essere consapevoli che questo possa richiedere una persona responsabile nella squadra che possa occuparsene continuamente. Quando si inizia un'attività mediatica, c'è un'aspettativa di continuità. Questa è una delle basi più importanti per una presentazione di successo nella coscienza pubblica.

## 8.12 CONTATTI PER LA STAMPA

Un altro aspetto importante è l'accesso ai media pubblici. Ci riferiamo alla stampa, così come la radio e la televisione.

Naturalmente, accedervi è più difficile in questo caso. I media parlano di organizzazioni e istituzioni solo quando ci sono cose eccitanti e interessanti da raccontare, quando c'è qualcosa da vedere. Ciò non avviene dal nulla, ma richiede un lavoro preparatorio mirato. Qualcuno nell'istituzione deve essere responsabile del lavoro di stampa e di pubbliche relazioni. La persona deve conoscere le pratiche della stampa, bisogna conoscere personalmente le persone di contatto, costruire la fiducia e cercare il dialogo personale. Poi è

possibile far pubblicare rapporti, articoli e interviste. La cosa migliore è invitare qualcuno in modo specifico e personale.

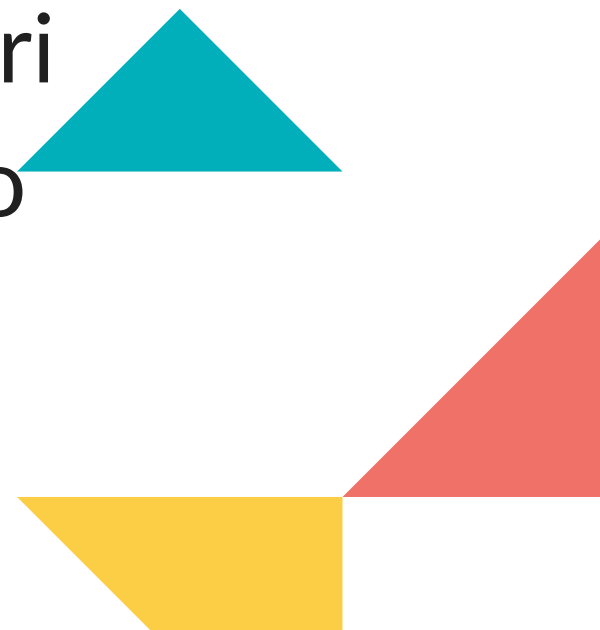
Anche attraverso le richieste di informazioni da parte degli utenti dei siti web o nelle pubblicazioni è possibile misurare questi rapporti e il loro impatto.

Per mostrare ancora una volta la differenza con il marketing, bisogna notare che qui si cercherebbero specificamente parole chiave e gruppi target efficaci per adattare, produrre e ottimizzare la pubblicità e l'offerta. Per le istituzioni e le organizzazioni, così come per gli artisti, di solito è sufficiente verificare la percezione del pubblico con i propri sondaggi. Perché il marketing sociale consiste anche nel formulare i messaggi in modo che siano ricevuti dal pubblico, e che il messaggio e il contenuto siano compresi. Bisogna essere consapevoli che la propria percezione è sempre diversa da quella esterna.

## 8.13 STATEGIA E PRIMI PASSI

**Professionalizzazione - anche un piccolo inizio ha un impatto.**

Esistono agenzie per ottimizzare questa professionalizzazione e l'espansione di tali servizi. Tuttavia, la maggior parte delle istituzioni sociali non ha i mezzi finanziari per permetterselo. Tuttavia, come primo



passo, si dovrebbe incaricare qualcuno all'interno dell'équipe o all'esterno, almeno temporaneamente, di svolgere questo compito. La creazione di una comunicazione e di contatti ripaga nel lungo periodo. Nei progetti c'è anche la possibilità di includere il lavoro della stampa direttamente nel budget.

## 8.14 IDENTITÀ - SPETTACOLO

L'importanza di dare un nome al progetto e alle attività, l'indirizzo web, l'e-mail e il logo sono già stati menzionati. Potete risolvere questi aspetti basilari da soli. Spesso, soprattutto all'inizio, la leader, i fornitori di idee e i collaboratori sono limitati a poche persone, in modo che sia facile comunicare e coordinare. È importante includere il punto di vista esterno. Questo significa chiedere ad amici e conoscenti come funzionano i rispettivi principi e cosa dicono agli altri.

## 8.15 STRATEGIA- SVILUPPARE UNA TABELLA DI MARCIA

Una tabella di marcia generale si può tracciare per le basi.

Per lo più, inizierà con il design della prima apparizione sul web. In questa fase,

tutti gli elementi sono già richiesti e dunque possono essere provati.

Non appena si appare in pubblico, per esempio con un primo evento, un primo comunicato stampa e un invito, le cose si fanno serie.


Anche in questo caso, esistono alcuni strumenti e offerte che permettono di fare i primi passi gratuitamente o a basso costo. Per esempio, la produzione di bottoni e magliette con un logo sono possibilità semplici e creazione identitaria. Per esempio, [www.canva.com](http://www.canva.com) offre una piattaforma gratuita per creare i propri materiali. In questo caso però è importante farsi aiutare e consigliare per non creare l'aspetto visivo solo in base ai modelli prestabiliti, affinché si trovi la propria identità e l'aspetto che corrispondano alla propria comprensione. Si possono quindi importare modelli, loghi e immagini nella piattaforma e usarli con il software per definire l'aspetto.

Ricorrere ad altri modelli di design e offerte per siti web e materiale grafico è un aiuto. Per esempio, la piattaforma a pagamento "envato elements" offre una varietà di modelli di alta qualità. Se l'organizzazione sociale è riconosciuta come non profit, molti fornitori offrono anche tariffe ridotte per gli utenti.

## 8.16 IL PRIMO LANCIO PUBBLICO

Come si inizia? Di regola la pubblicazione del primo sito web o account di social





imedia può già essere un'occasione per il primo comunicato stampa. Da qui entrano in gioco tutti gli elementi. Forse esiste anche uno spazio in cui ci si può presentare?


Cosa potrebbe rappresentare una tale spinta per un artista di strada o un gruppo? Quando succederà, sarà un semplice volantino, un bottone, un adesivo o semplicemente una cartolina attraente con l'indirizzo web e i social. O una breve registrazione video e foto pubblicate.

## 8.17 LAVORO PRELIMINARE-UN'OPPORTUNITÀ

Se una cosa che deve essere chiara è che quando si entra nell'arena pubblica, bisogna stare sul pezzo. Niente è più tragico di un sito web, un blog o un account obsoleto dove non succede nulla. D'altra parte, si possono anche preparare le cose in modo da costruire una scorta per la pubblicazione successiva. Scorte. Questo può essere fatto guardando i progetti precedenti. Sulle piattaforme come WordPress, puoi anche programmare la pubblicazione e pianificarla in anticipo.

## 8.18 NESSUN FINALE IN VISTA

L'auto-presentazione e le prime presentazioni sono sempre un preludio, che deve anche essere rivisto e aggiornato di continuo. La comunicazione non è solo dinamica, ma come una pianta, cresce e la si deve curare. Soprattutto con internet, le tracce della comunicazione e del marketing sociale rimarranno visibili. Pertanto, non c'è una fine, esiste sempre una prossima volta. Per questo, ci vuole una buona squadra per mantenere la rotta. Alla fine è la storia, che si tratti di un'istituzione o di un artista. Da un lato, è molto più facile oggi produrre materiali e averli a disposizione, dall'altro, la natura delle informazioni in rapida evoluzione e l'abbondanza stanno ad indicare che è necessaria un'attenzione costante. Non si tratta di un problema che può essere affrontato semplicemente a margine. Pertanto, il ruolo e i compiti dovrebbero essere consegnati in una fase iniziale a un membro del team che supervisionerà e coordinerà tale aspetto in modo responsabile e continuo.






# 9. GENERE E DIVERSITÀ NELL'ARTE

## 9.0 GENERE E DIVERSITÀ IN SCENA

Le arti sceniche rappresentano uno dei settori in cui esiste la più grande disparità di genere in Europa, sia per quanto riguarda i posti di responsabilità che quelli di creazione, con una differenza che raggiunge l'80% rispetto al 20%. La presenza delle donne sui palcoscenici è evidente certo, ma principalmente nei ruoli di figlie, madri o fidanzate, quando si tratta di teatro; di ballerine di successo certo, ma solo quando si superano i confini. La creazione, la gestione e la direzione sono nelle mani degli uomini. Queste informazioni sono presentate per ripensare il sistema socio-politico e la storia dell'umanità in termini di diritti e opportunità tra uomini e donne, così come tra uomini e persone transgender. La diversità nei contesti artistici non è equilibrata ed è qualcosa che si è sviluppata nei secoli, da quando le donne venivano considerate una razza inferiore agli uomini nel Medioevo. Questa disuguaglianza storica ha anche avuto differenze a seconda delle classi sociali; nobildonne, suore o contadine, con meno

risorse avevano meno possibilità di far sentire la loro voce e di essere ascoltate. La religione cattolica ha avuto molto potere sulla visione della donna, basandosi sulla semplice differenza biologica. Dopo la Rivoluzione francese, si sono notati alcuni cambiamenti di pensiero che hanno permesso alle donne di ottenere posizioni nel nuovo stato liberale. In questo modo, sono state promosse l'apertura di circoli, salotti, taverne o caffè, nuovi spazi per le relazioni umane dove uomini e donne si riuniscono sulla base della parità intellettuale, destinati agli affari e agli affari contrattuali, ma soprattutto spazi di discussione politica, estetica, filosofica, ecc. Questo momento getta le basi per la nascita del movimento femminista in tutta Europa e apre le porte delle arti sceniche alle donne con le loro idee e interpretazioni. Nella diversità dei generi artistici emerge, durante il XIX secolo, uno stile nuovo chiamato Performance, e ne saranno manifesto artiste donne che hanno infranto i confini dell'arte, generando una nuova visione della donna e dello spazio scenico. La performance è una forma di arte visiva basata sull'esperimento, che cerca di superare il confine tra soggetto e oggetto.



Una di queste artiste è Marina Abramovic, che in una delle sue performance ha offerto il suo corpo al pubblico, insieme a 72 strumenti diversi (una matita, una rosa, una fotocamera, coltelli, profumo, catene, una pistola carica... ecc.). L'azione consisteva nel mettersi di fronte al pubblico e offrirsi, seduta, affinché le diverse persone presenti decidessero cosa fare con lei, cosa dire, come agire... L'atteggiamento dell'artista rimane completamente passivo, il suo volto impassibile, solo dopo sei ore si alza dalla sedia e si avvicina al pubblico. La performance termina in questo modo. Si trattava di spingere alla riflessione sulla fiducia e il contratto sociale, ma è finita per diventare una conferma della tendenza naturale dell'essere umano alla crudeltà e alla violenza. I visitatori infatti finirono per tagliare i suoi vestiti, conficcare spine di rose nello stomaco e addirittura qualcuno puntò la pistola alla sua testa.



*Immagine: Performance Marina Abramovic*



*Immagine: Performance Marina Abramovic*



*Immagine: Performance Marina Abramovic*



*Immagine: Performance Marina Abramovic*

*"Sentivo di dover lottare per la mia musica, perché voglio che le donne indirizzino le loro menti verso lavori grandi e difficili, anziché continuare ad abbracciare la riva temendo di avventurarsi in mare aperto."*

Ethel Smyth (1858-1944)

Dall'antichità fino a metà del XX secolo, il ruolo delle donne nel campo musicale si limitava a far parte dell'adornamento familiare, permettendo ad alcune ragazze della società di prendere lezioni di pianoforte o canto e deliziare con la loro interpretazione in riunioni familiari; nel caso di quelle che eccellevano negli studi o si distinguevano per le loro capacità intellettuali, non era loro permesso mostrare in pubblico le loro doti interpretative o compositive, rimanendo confinate alla sfera privata. Per l'industria musicale, l'uguaglianza di condizioni e opportunità per le donne rimane ancora una questione irrisolta.

Come in tutte le altre arti, anche nella musica, le donne lottano per aprire strade che mettano ancora più in luce le disuguaglianze di genere. "Sempre più donne emergono in tutte le categorie dell'industria. È un momento molto speciale per noi. Non stiamo solo andando nella direzione giusta, ma stiamo procedendo in quella in cui avremmo dovuto andare molto tempo fa. Non sarai più o meno rispettato per essere uomo o donna, ma per il tuo lavoro e la tua arte, senza genere né colore. Il lavoro e lo sforzo delle donne guerriere di questa industria parlano per tutte noi ed è fonte di ispirazione", ha detto Elena Rose, cantante e compositrice.



*Immagine: Donne nella musica classica*



*Immagine: Messa in scena musicale. Bjork*

All'interno di questa disuguaglianza, non si tratta solo delle donne, ma anche dell'intera comunità di diversità di genere

visibile oggi. Parliamo di andare oltre l'ideadi genere, non solo femminile/donna o maschile/uomo, ma di aprire un ventaglio di possibilità per sentirsi identificati. Esiste una teoria chiamata queer che riflette la trasgressione dell'eterosessualità egemone, che rifiuta anche la classificazione di genere e promuove l'esperimento della sessualità, da e con il proprio corpo. Questa teoria presenta anche differenze e particolarità che la rendono unica e originale sulla scena, il corpo è lo strumento di visibilità in una società giudicante e discriminatoria.



*Immagine: Scena Queer. Samantha Hudson.*

Sono molti anni di storia nascosta di grandi donne e dissenzienti nel campo artistico che hanno apportato contributi significativi a tutto ciò che costituisce lo spazio scenico. Passo dopo passo, vengono svelati i loro nomi, che erano dietro la firma di un uomo o erano donne di qualcuno. Oggi la sfida è rendere visibile la presenza in ogni area artistica per avvicinarci sempre di più all'uguaglianza per il semplice fatto di essere persone. Lo spazio scenico è anche uno spazio di lotta in cui portare al mondo queste problematiche sociopolitiche che coinvolgono l'intera società.



## 9.1 INTRODUZIONE

Questa introduzione a una serie di artiste di successo non ha la pretesa di essere esaustiva nelle informazioni fornite.


L'obiettivo, invece, è quello di fornire diversi esempi di motivazioni; quale sia l'ispirazione dietro al lavoro, e quali materiali e mezzi vengano utilizzati.

Molte delle donne negli esempi sono spinte da un sentimento di frustrazione, ad esempio per quanto riguarda l'ineguaglianza, il razzismo e i problemi relazionali. Alcune, tuttavia, sono motivate principalmente dalla gioia di dare forma alle proprie idee.

I vari materiali utilizzati, come ad esempio il collage, possono aprire un mondo di possibilità per aspiranti artisti con poche risorse. Anche la fotografia, il video e la danza sono forme d'arte che oggi possono essere praticate senza spendere molto denaro.

Speriamo che ciò possa portare a una maggiore ricerca (tramite Google) e creatività da parte del pubblico di riferimento.

## 9.2 ARTEMISIA GENTILESCHI

- Artemisia Gentileschi (1593-1653) è stata una pittrice barocca italiana.
  - Gentileschi è considerata una delle artiste più illustri del XVII secolo. Ha iniziato a produrre opere professionali all'età di quindici anni.
  - Molte delle opere di Gentileschi ritraggono donne tratte da miti, allegorie e la Bibbia, incluse vittime, suicidi e guerriere.
  - I suoi successi come artista sono stati oscurati a lungo dalla storia di Agostino Tassi che l'aveva violentata quando era ancora una giovane donna e dal suo coinvolgimento nel processo del suo aggressore. Tuttavia, è diventata la prima donna a diventare membro dell'Accademia dell'Arte del Disegno a Firenze e ha avuto una clientela internazionale.
- 



## 9.3 DORA MAAR

- Enriqueta Teodora Markovitch (1907-1997), nota come Dora Maar, è stata una fotografa, pittrice e poetessa francese.
- In qualità di compagna di Pablo Picasso, Maar è stata ritratta in alcune delle sue opere, tra cui il suo "Ritratto di Dora Maar" e "Dora Maar seduta".
- Durante gli anni '30, lavorando nella pubblicità e nella fotografia di moda, l'influenza del Surrealismo si manifestava nel suo lavoro attraverso l'uso intenso di specchi e contrasti di ombre. Sentiva che l'arte avrebbe dovuto rappresentare il contenuto della realtà tramite legami con

intuizioni o concetti, anziché riprodurre visivamente ciò che è naturale.

- Maar lasciò Parigi da sola, recandosi a Barcellona e poi a Londra, dove fotografò gli effetti della depressione economica che seguì al crollo di Wall Street del 1929 negli Stati Uniti.
- Nel 1936 partecipò a "Fantastic Art, Dada, Surrealism", presso il MoMA di New York.



## 9.4 MARTHA GRAHAM

- Martha Graham (1894-1991) è stata una ballerina e coreografa moderna americana. Il suo stile, la tecnica Graham, ha ridefinito la danza americana ed è ancora insegnata in tutto il mondo.

- Graham ha ballato ed insegnato per oltre settant'anni. È stata la prima ballerina a esibirsi alla Casa Bianca.
- Caratterizzata da movimenti restrittivi e acuti, con i ballerini vestiti in modo non sfarzoso, la sua coreografia si è incentrata sul tema del rifiuto, un tema che sarebbe riapparso in altre sue opere in futuro.
- Fondata nel 1926 (lo stesso anno della compagnia di danza professionale di Graham), la Martha Graham School è la scuola di danza più antica degli Stati Uniti.

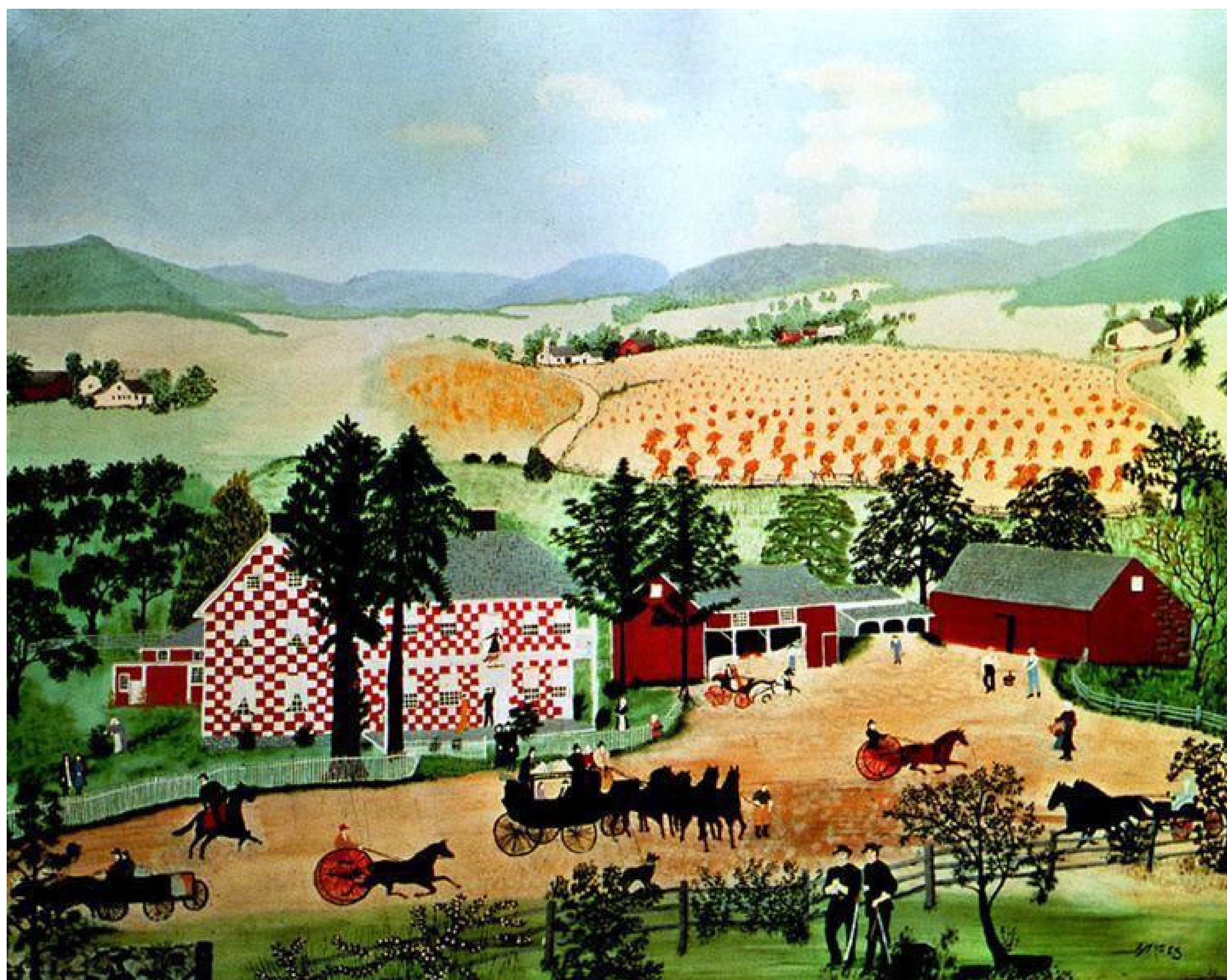
## 9.5 GRANDMA MOSES

- Anna Mary Robertson Moses (1860-1961), nota come Nonna Moses, è stata un'artista popolare statunitense.
- Iniziò a dipingere seriamente all'età di 78 anni ed è un notevole esempio di una carriera artistica di successo a un'età avanzata.
- È diventata famosa per le sue pitture nostalgiche che rappresentano la vita rurale americana.



- Poiché non ha mai avuto un'educazione artistica formale, il suo stile è piuttosto semplice. Ha rappresentato scene attraverso schemi piatti di ricamo a punto croce e ha utilizzato vivaci schemi di colori. I paesaggi sono spesso ricchi di figure, cavalli e vegetazione.

- L'artista ha prodotto circa 2.000 dipinti prima della sua morte a 101 anni.
- Le sue opere si trovano nelle collezioni, tra l'altro, del Metropolitan Museum of Art (N.Y.).



## 9.6 NIKI DE SAINT PHALLE

- Nikki de Saint Phalle (1930-2002) è stata una scultrice, pittrice, cineasta e autrice franco-americana di vivaci libri illustrati a mano. Ampiamente riconosciuta come una delle poche

scultrici monumentali femminili, Saint Phalle è stata anche nota per il suo impegno sociale e il suo lavoro.

- Ha attirato l'attenzione a livello mondiale per i suoi Assemblages arrabbiati e violenti, che erano stati colpiti da armi da fuoco. Questi hanno poi evoluto in Nanas, allegre, fantasiose, colorate sculture su larga



scala di animali, mostri e figure femminili.

- La sua opera più completa è il Giardino dei Tarocchi, un grande giardino di sculture che contiene numerose opere che arrivano fino a creazioni delle dimensioni di una casa.
- Lo stile idiosincratico di Saint Phalle è stato definito "arte outsider"; lei non aveva una formazione formale in arte, ma era liberamente associata con molti altri artisti, scrittori e compositori contemporanei.



## 9.7 PINA BAUSCH

- Filipina "Pina" Bausch (1940-2009) è stata una ballerina e coreografa tedesca che ha contribuito in modo significativo a una tradizione di danza neo-espressionista oggi nota come Tanztheater.

- L'approccio di Bausch si è contraddistinto per una miscela stilizzata di movimento danzato, design sonoro prominente e scenografie coinvolgenti.
- Ha reclutato ballerini di rango inferiore al suo per aiutarla nello sviluppo di una composizione e il suo lavoro ha influenzato la danza moderna dagli anni '70 in poi.[5]
- La sua opera, considerata una continuazione dei movimenti espressionisti europei e americani, ha incorporato molti elementi espressivamente drammatici ed esplorato spesso temi legati al trauma, in particolare il trauma che sorge dalle relazioni.
- Lo stile di Bausch ha influenzato artisti come David Bowie, che ha progettato parte del suo tour del 1987 "Glass Spider" con Bausch in mente.



## 9.8 BETYE SAAR

- Betye Saar (1926) è un'artista afroamericana nota per il suo lavoro nell'arte dell'Assemblaggio. Saar è una narratrice visiva e ha fatto parte del Movimento delle Arti Nere negli anni '70, che affrontava miti e stereotipi sulla razza e la femminilità.
- Saar ha creato "La liberazione della zia Jemima", con una piccola scatola contenente una figura della madre di "zia Jemima" che impugna un'arma. Questo insieme apertamente politico esprimeva l'indignazione dell'artista per la repressione dei neri negli Stati Uniti.
- È stata realizzata con oggetti quotidiani che Saar ha raccolto nel corso degli anni.



- Il suo tema principale è la madre, una rappresentazione stereotipata e dispregiativa di una lavoratrice domestica nera.

## 9.9 MARISOL ESCOBAR

- Marisol Escobar (1930-2016), conosciuta semplicemente come Marisol, è stata una scultrice venezuelana-americana nata a Parigi, che ha vissuto e lavorato a New York. È diventata famosa a livello mondiale nella metà degli anni '60, ma è caduta in una relativa oscurità nel decennio successivo.
- È nota per le sue sculture in legno intagliato, spesso integrate con fotografie, oggetti trovati ed elementi dipinti.
- La sua tematica comprende una serie di scene familiari, ma include anche ritratti di altri artisti come Picasso e Andy Warhol.
- In quasi tutte le sculture è possibile trovare un autoritratto.
- Incorporando se stessa come la 'facciata femminile' sotto esame all'interno di un'opera, Marisol ha efficacemente trasmesso il soggetto

'femminile' come in grado di prendere il controllo della propria rappresentazione.



## 9.10 PAULA REGO

- Dame Paula Rego (1935) è un'artista visiva portoghese e britannica, particolarmente nota per le sue pitture e incisioni basate su racconti di fiabe. Lo stile di Rego è evoluto dal momento più astratto fino alla rappresentazione, e ha spesso preferito i pastelli rispetto agli oli durante gran parte della sua carriera. Rego è stata fortemente influenzata dal Surrealismo.
- Il suo lavoro spesso riflette il femminismo, colorato da temi folcloristici della sua nativa Portogallo.
- Rego ha dedicato gran parte della sua carriera a focalizzarsi sui diritti delle donne e il diritto all'aborto, motivo per cui molte delle sue opere ritraggono donne forti.

- Ha una modalità di sfida allo spettatore facendo sì che la donna o la bambina guardi direttamente negli occhi lo spettatore o guardi altrove in un'espressione di agonia o chiudendo gli occhi per il dolore.
- Il "nudo disteso" solleva la questione della tensione tra l'attrazione sessuale, l'atto sessuale e i risultati fisici come la gravidanza e l'aborto spontaneo che si verificano come conseguenza del sesso. Tuttavia, la maggior parte delle sue donne distese sono completamente vestite.



## 9.11 ZANELE MUHOLI

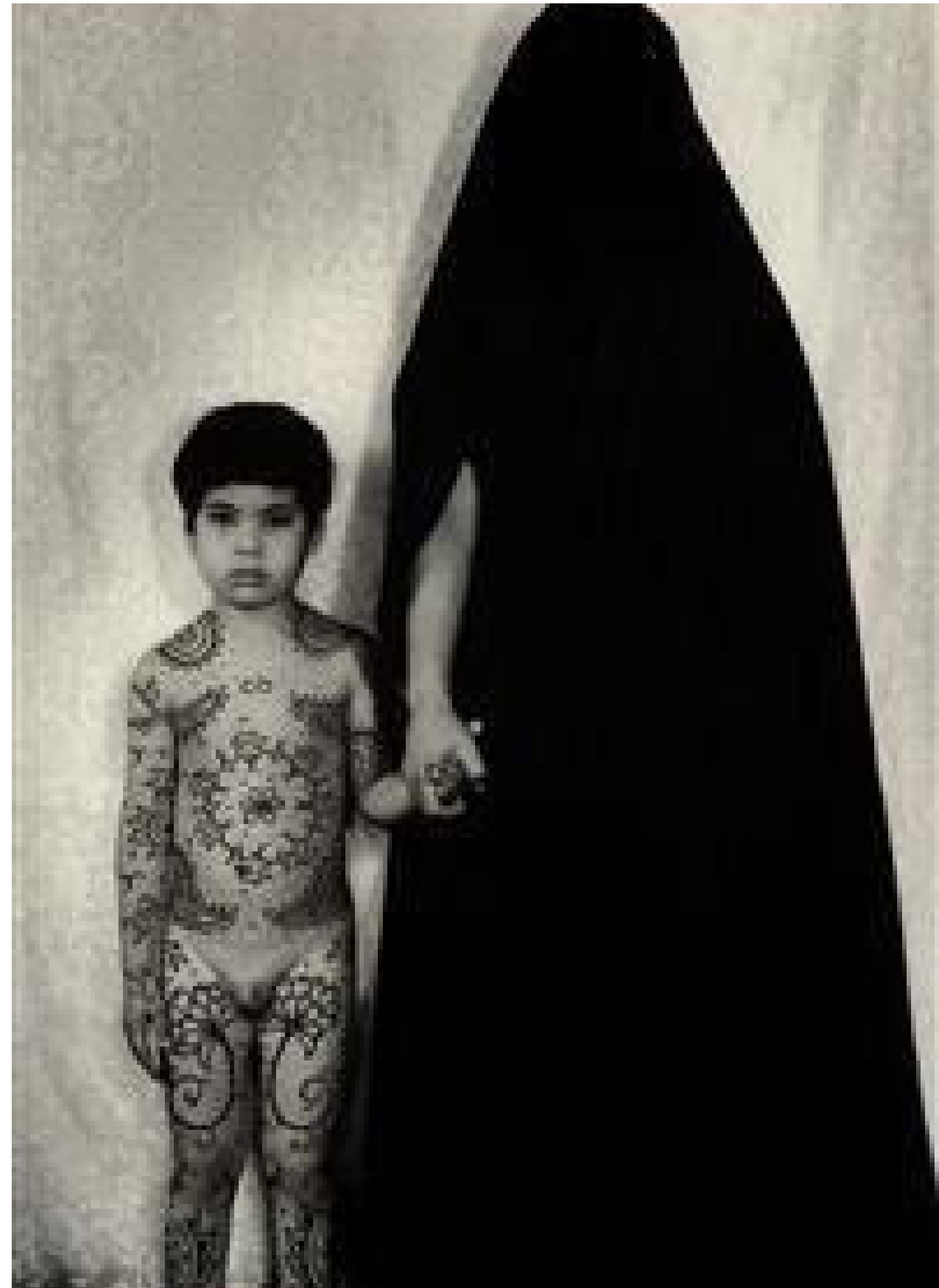
- Zanele Muholi FRPS (nato il 19 luglio 1972) è un'artista e attivista visiva sudafricana che lavora nella fotografia, nel video e nell'installazione.

- Da una "prospettiva interna", Muholi fotografa la comunità nera lesbica e transgender in Sudafrica.
- A partire dal suo primo lavoro, *Only Half the Picture* (2006), le sue immagini sorprendenti, potenti e talvolta ingenuie hanno focalizzato l'attenzione su una comunità ancora a rischio di terribili abusi, discriminazioni e violenze "curative".
- Muholi afferma: "Abbiamo perso così tante persone a causa di crimini d'odio... non sai mai se rivedrai qualcuno il giorno seguente".
- Lei sfida le immagini stereotipate della donna nera e affronta le attuali discussioni sulla stigmatizzazione e gli stereotipi.



## 9.12 SHIRIN NESHAT

- Shirin Neshat (1957) è un'artista visiva iraniana che vive nella città di New York, nota principalmente per il suo lavoro nel cinema, nel video e nella fotografia.



- La sua opera d'arte si concentra sui contrasti tra l'Islam e l'Occidente, la femminilità e la mascolinità, la vita pubblica e la vita privata, l'antichità e la modernità, accorciando gli spazi tra questi temi.
- Il video 'Rapture' affronta le dimensioni sociali e psicologiche dell'esperienza delle donne nelle società islamiche contemporanee (<https://vimeo.com/65972620>).

- Dato che l'Iran ha minato i diritti umani fondamentali, soprattutto dalla rivoluzione islamica, lei ha dichiarato di essersi "inclinata a creare arte che si preoccupi di tirannia, dittatura, oppressione e ingiustizia politica".

## 9.13 TILDA SWINTON

- Katherine Matilda Swinton (1960) è un'attrice britannica. Conosciuta per i suoi ruoli in film indipendenti e successi al botteghino, ha ricevuto numerosi riconoscimenti, tra cui un Premio Oscar e un Premio BAFTA.
- È nota per il suo aspetto androgino.
- In un'intervista del 2021 con Vogue, Swinton ha menzionato di identificarsi come queer. È stata citata dicendo: "Ho molto chiaro che queer ha a che fare, almeno per me, con la sensibilità".
- Nel 2020, Swinton ha ricevuto il Premio Fellowship dall'Istituto di Cinema Britannico, il più alto onore conferito dall'istituzione, per il suo "talento audacemente eclettico e sorprendente come interprete e cineasta, e riconosce il suo grande contributo alla cultura cinematografica, alla promozione del cinema indipendente e alla filantropia".



## 9.14 PIPILOTTI RIST

- Pipilotti Elisabeth Rist (nata il 21 giugno 1962) è un'artista visiva svizzera nota principalmente per la creazione di esperimenti di videoarte e arte installativa.
- Il suo lavoro è spesso descritto come surrealista, intimo, astratto e tende ad avere una preoccupazione per il corpo femminile.
- La sua opera d'arte è spesso classificata come arte femminista.

- Il lavoro di Rist è noto per le sue qualità multisensoriali, con immagini proiettate sovrapposte che sono altamente saturate di colore, unite a componenti sonori che fanno parte di un ambiente più ampio con spazi in

cui gli spettatori possono riposare o rilassarsi.

- Il lavoro di Rist spesso trasforma l'architettura o l'ambiente di una galleria di spazi bianchi in un'esperienza più tattile, uditiva e visiva.



## 9.15 KARA WALKER

- Kara Walker (1969) è un'artista contemporanea americana, pittrice, siluettista, incisore, artista di installazioni,

cineasta e insegnante, che esplora la razza, il genere, la sessualità, la violenza e l'identità nel suo lavoro.



- È meglio conosciuta per i suoi dipinti delle dimensioni di una stanza di sagome nere ritagliate su carta, di solito figure nere contro un muro bianco, che affrontano la storia della schiavitù e del razzismo americano attraverso immagini violente e inquietanti.
- La silhouette era tipicamente una tradizione raffinata nella storia dell'arte americana; spesso veniva utilizzata per ritratti familiari e illustrazioni di libri. Walker ha proseguito questa tradizione dei ritratti, ma li ha usati per creare personaggi in un mondo da incubo, un mondo che rivela la brutalità del razzismo e dell'ineguaglianza americana.

## 9.16 AMANDA GORMAN

- Amanda SC Gorman (1998) è una poetessa e attivista americana. Il suo lavoro si concentra su temi di oppressione, femminismo, razza e emarginazione, così come sulla diaspora africana.
- Gorman è stata la prima persona ad essere nominata Poetessa Nazionale Giovane Laureata.
- Nel 2015 ha pubblicato il libro di poesie "Coloro per cui il cibo non è sufficiente".
- Nel 2021 ha recitato il suo poema "La collina che scaliamo" durante l'insediamento del presidente americano Joe Biden.
- È una maestra della 'parola parlata', un'arte di performance poetica orale che si basa principalmente sul poema così come sulle qualità estetiche dell'interprete.
- Il suo poema inaugurale ha suscitato riconoscimento internazionale e poco dopo due dei suoi libri sono diventati dei bestseller.



# 10. ESERCIZI

## 10.1 RISCALDAMENTO

Il riscaldamento rappresenta una fase molto importante del lavoro di gruppo poiché ci prepara a partecipare pienamente durante tutto il resto dell'attività. A livello individuale, questi esercizi risvegliano il corpo e la mente, avvicinandoci all'atmosfera del gruppo. A livello collettivo, il loro scopo è mettere tutti i partecipanti sullo stesso livello di energia, creando un'armonia che favorisca lo sviluppo delle attività successive.

### 10.1.1 HI-HA

**Nome:** Hi-Ha

**Durata:** 5-10 minuti.

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo.

**Obiettivo:** Riscaldamento, concentrazione, lavoro di squadra, riflessi.

**Descrizione:** Tutto il gruppo si organizza in un cerchio, in piedi a una distanza ravvicinata l'uno dall'altro. La prima indicazione del coordinatore consiste nel compiere un movimento da guerriero giapponese con il braccio sinistro, accompagnato dal grido "hi-ha", rivolto al compagno di destra, che ripeterà lo stesso gesto, e così via in sequenza. Sia il grido che il movimento devono essere forti e rapidi. Una volta compresa la sequenza,

verranno aggiunte gradualmente le varianti seguenti, cercando di eseguirle una per una, rispettando il tempo di comprensione del gruppo.

-La frase "Hold on", accompagnata da un gesto con i gomiti rivolti verso il basso, i pugni chiusi rivolti verso l'alto a coprire il corpo, serve per cambiare la direzione della sequenza. Quando cambiamo direzione, cambia anche il braccio con cui facciamo hi-ha (se ora andiamo verso il compagno di sinistra realizziamo il gesto con il braccio di destra)..

-Di nuovo la frase "hi-ha", ma ora il gesto è quello di formare una maschera con le mani, creando dei cerchi tipo occhiali con le dita pollice e indice. Questo gesto fa sì che, seguendo la stessa direzione della sequenza, salta il turno il compagno che ci segue.

-Gridare "jump": il giocatore successivo deve saltare gridando "hi-ha", passando il turno al prossimo.

-Gridare "super-jump": tutto il resto del gruppo salta gridando "hi-ha". Il turno passa al giocatore successivo.

Una volta che la dinamica è fluida, si può iniziare la fase eliminatória del gioco, quindi chi commette errori (direzione delle braccia, gesto, suono, movimento o tempo) esce dalla sequenza. Il gioco termina quando si definisce un vincitore. Può essere ripetuto quante volte deciso dal coordinatore.



### 10.1.2 JA-JE-JO

**Nome:** Ja-Je-Jo

**Durata:** 5-10 minuti.

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo.

**Obiettivo:** Riscaldamento, concentrazione, lavoro di squadra, riflessi.

**Descrizione:** Tutto il gruppo si dispone in cerchio, a breve distanza l'uno dall'altro. Il primo partecipante avvia la sequenza alzando le braccia stese sopra la testa, unendo i palmi delle mani, contemporaneamente gridando intensamente "JA", mantenendo questa posizione. Un attimo dopo, i compagni alla sua destra e sinistra eseguono un gesto coordinato verso il loro fianco per "colpirlo" al petto (senza toccarlo), sempre unendo i palmi delle mani e con le braccia estese, gridando ad alta voce "JE". Quindi il primo giocatore abbassa le braccia, mantenendole nella stessa posizione, indicando un qualsiasi altro giocatore nel cerchio e gridando "JO". Il giocatore indicato ricomincia con il primo gesto e il grido "JA", e così via per tutta la sequenza. Il gioco è di eliminazione per qualsiasi errore (tempo, gesto, grido) e termina quando rimangono due giocatori.

### 10.1.3 NINJA

**Nome:** NINJA

**Durata:** 5-10 minuti.

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo.

**Obiettivo:** Riscaldamento, concentrazione, lavoro di squadra, riflessi.

**Descrizione:** Tutti i giocatori si dispongono in cerchio, uno di fronte all'altro. Per iniziare, tutti dicono "Ninja!" e si bloccano in una posizione da ninja. All'inizio del gioco, tutti devono ricordare il loro ordine di turno. Le rotazioni procedono in senso orario; quindi, ogni persona deve ricordare chi è stato prima e dopo di lei( questo perché durante il gioco è possibile che si mescolino le posizioni però si deve mantenere lo stesso ordine). L'obiettivo del gioco è rimanere l'ultimo ninja in piedi. Per restare in gioco, non devi permettere a nessuno di colpirti le mani. Se qualcuno colpisce la tua mano, te ne rimane solo una, e se anche questa viene colpita, sei "fuori" e devi abbandonare il gioco. Ogni giocatore ha un turno durante il quale è consentito un solo movimento: un movimento secco per attaccare un altro giocatore, o un movimento secco per spostarsi da un'altra parte.

Quando attacchi, a un altro giocatore è concesso un solo movimento per cercare di schivare il tuo attacco, anche se non è il suo turno. In altre parole, può reagire allontanando il braccio o la mano; tuttavia, deve mantenere questa nuova posizione.

### 10.1.4 UN INCONTRO EMOZIONANTE

**Nome:** UN INCONTRO EMOZIONANTE

**Durata:** 5-10 minuti.

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo.

**Obiettivo:** Riscaldamento, lavoro di squadra, espressione, dissociazione.

**Descrizione:** Spostandosi attraverso lo spazio, ci incontriamo con un'altra persona e ci abbracciamo normalmente come se ci stessi incontrando per strada con un conoscente; poi continuiamo a camminare e cerchiamo un'altra persona, e così via. Successivamente, aggiungiamo diverse varianti alla stessa attività.

Ad esempio: Iniziamo abbracciandoci come se ci stessi riunendo con qualcuno a cui teniamo molto dopo tanto tempo.

Continuiamo a camminare.

Poi, con la stessa euforia di un incontro con qualcuno di caro dopo tanto tempo, aggiungiamo gesti corporei di affetto mentre però ci diciamo cose spiacevoli in faccia.

Infine, ci incontriamo nuovamente, ma questa volta con un'enfasi esagerata e rabbia nei gesti del corpo, scambiandoci però complimenti affettuosi.

## 10.2 TEAM BUILDING

Le dinamiche di gruppo sono attività collettive che mirano a promuovere l'integrazione tra i membri di un gruppo e a rafforzare la fiducia reciproca. Queste attività favoriscono l'apprendimento cooperativo in modo divertente e, spesso, consentono di raggiungere insegnamenti significativi per coloro che le vivono. Alcuni dei benefici del lavoro di squadra includono:

- Miglioramento della motivazione.
- Rinforzo della fiducia reciproca tra i vari membri del gruppo.
- Incremento dell'autoconsapevolezza, delle forze e delle debolezze personali.
- Miglioramento dell'atmosfera di gruppo e della creatività individuale.
- Favorire la comunicazione e l'integrazione.

### 10.2.1 SONO IL TUO SPECCHIO

**Nome:** IL TUO SPECCHIO

**Durata:** 10-15 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Lavoro di squadra, espressione gestuale, ritmo, attenzione ai dettagli.

**Descrizione:** Seduti in cerchio a breve distanza l'uno dall'altro, il primo giocatore usa il proprio viso per creare un'espressione e la passa al giocatore a destra (gli altri partecipanti non devono guardare) che deve prestare molta attenzione ai dettagli. Dopo alcuni secondi osservando, il secondo giocatore ripete la stessa espressione facciale al giocatore successivo nel cerchio, e così via, fino a quando l'espressione torna al primo giocatore che l'ha creata.

Il gioco termina quando tutti i partecipanti sono stati i primi a iniziare a creare e passare l'espressione facciale.

Successivamente, viene aggiunta una variazione di ritmo: il primo giocatore crea un ritmo utilizzando qualsiasi parte del corpo e lo passa al giocatore successivo, e così via. Questa volta, ogni giocatore mantiene il ritmo per tutta la sequenza.

Quando la sequenza termina, il secondo giocatore aggiunge un nuovo ritmo e lo passa al successivo, ripetendo l'intera sequenza e generando così diverse melodie. Il gioco termina quando ogni giocatore è il primo nella sequenza a aggiungere un nuovo ritmo.

### 10.2.2 SEGUI LA MIA MANO

**Nome:** SEGUI LA MIA MANO

**Durata:** 10-15 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Creazione in squadra, riflessione, capacità di leadership.

**Descrizione:** In piedi a coppie, uno dei partecipanti deve guidare i movimenti del compagno attraverso il palmo della mano, che deve seguire da vicino solo con il volto. Questi movimenti devono cambiare in modo creativo attraverso lo spazio. Successivamente, il gioco si inverte, ovvero i movimenti sono guidati dal volto da uno dei giocatori, mentre il palmo della mano del compagno lo segue.

Nella variante successiva del gioco, la mano guida nuovamente e il volto segue, ma ora il movimento può essere guidato a turno tra la mano sinistra e quella destra. Successivamente, il volto torna a guidare i movimenti e ora entrambe le mani lo seguono.

Infine, tutto il gruppo si allinea di fronte a un unico giocatore, che guida con la mano i movimenti del volto del resto del gruppo. Uno per uno, i partecipanti vengono aggiunti al gruppo guida, alternandosi tra di essi la guida dei movimenti, fino a quando rimane solo un giocatore che segue i movimenti con il volto.

### 10.2.3 GLI OCCHI PARLANO

**Nome:** GLI OCCHI PARLANO

**Durata:** 15-20 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Creazione in squadra, empatia, espressione visiva, connessione di gruppo.

**Descrizione:** Ci sediamo in cerchio e il coordinatore tiene in mano una piccola palla. L'attività inizia passando la palla al compagno a fianco, a destra o a sinistra, a sua scelta, guardandolo negli occhi e dicendo il proprio nome.

Chi riceve la palla deve ripetere la stessa azione con il compagno successivo, fino a completare il cerchio.

Dopo il primo giro, il coordinatore chiede quali sono state le sensazioni e le difficoltà affrontate. Successivamente, chiede a coloro che si sentono più a loro agio di mettere maggior enfasi nello scambio di sguardi. Ancora una volta, le sensazioni e le percezioni vengono discusse alla fine del giro.

L'intervento successivo aggiunto all'attività consiste nel girare il corpo di 90 gradi e mettersi faccia a faccia con il compagno prima di passare e ricevere la palla.

Ogni giro, le persone cambiano posizione, per poter scambiare il maggior numero possibile di sguardi.

Infine, chiunque sia disposto, volontariamente, può andare al centro del cerchio e scambiare lo sguardo, seguendo uno per uno tutti i partecipanti nell'attività.

## 10.2.4 LA CORSA

**Nome:** LA CORSA

**Durata:** 5-10 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Creazione in squadra, fiducia.

**Descrizione:** Ci mettiamo in coppia e uno dei due si copre o chiude gli occhi; il compagno, a sua volta, gli afferra il braccio e inizia a farlo camminare nello spazio. L'idea è farlo in silenzio, mantenendo il dialogo e la relazione di fiducia solo attraverso il corpo. Piano piano si aumenta la velocità fino a iniziare a correre. Dopo un po', i ruoli si invertono. Per la variante successiva, tutto il gruppo si allinea spalla contro spalla e, a una distanza di 20 o 30 metri, si posiziona una sola persona, con gli occhi bendati o chiusi. Il coordinatore conta fino a 3 e il giocatore inizia a correre, senza aprire gli occhi, verso il resto del gruppo. In un certo momento, quando è a pochi metri dal raggiungere il gruppo, il coordinatore grida di fermarsi. Tutto il gruppo deve prestare attenzione per assicurarsi che la persona che sta correndo verso di loro non subisca alcun incidente. Uno per uno, chi si sente a proprio agio, avrà l'opportunità di sperimentare questa situazione.

## 10.2.5 IL CERCHIO

**Nome:** IL CERCHIO

**Durata:** 5-10 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Creazione di squadra, fiducia.

**Descrizione:** In piedi, in cerchio, un volontario si benda gli occhi e si posiziona al centro, permettendo a un altro partecipante di afferrarlo per le spalle. Quest'ultimo, con attenzione, spinge il volontario in direzione di un altro compagno nel cerchio, che lo riceve e così via, continuando la sequenza. Nel corso dell'attività, il cerchio cambia dimensione, forma e posizione dei giocatori, in modo che chi ha gli occhi bendati perda i riferimenti.

L'obiettivo è far sì che ciascun partecipante possa passare attraverso il centro, per sperimentare la fiducia nel gruppo.

## 10.3 ESPRESSIONE CORPOREA

L'espressione corporea implica prendere consapevolezza del proprio schema corporeo, progressivamente acquisire questa consapevolezza e imparare a utilizzare il corpo pienamente per esternare idee e sentimenti.

Lavorare sull'espressione corporea è importante poiché consente di sviluppare abilità come:

- Comunicare in modo non verbale esprimendo idee, sentimenti ed emozioni attraverso il linguaggio del corpo.
- Socializzare ed instaurare relazioni positive con i membri di un gruppo.
- Lavorare in team.
- Sviluppare la capacità creativa.
- Godersi il proprio movimento come via di fuga e liberazione delle tensioni.

### 10.3.1 STRUMENTO MUSICALE

**Nome:** STRUMENTO MUSICALE

**Durata:** 20-25 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Espressione corporea, capacità di leadership, creatività, esplorazione.

**Descrizione:** Per questa attività, ogni partecipante sceglie un oggetto nello spazio, con l'indicazione di giocarci come se fosse tornato bambino, per sperimentare tutti i suoni che è possibile ottenere da esso. Successivamente, uno per uno, presentano la loro esplorazione al gruppo e, con l'aiuto del coordinatore, vengono scoperti alcuni nuovi suoni.

Una volta che hanno interiorizzato i suoni che possono creare con l'oggetto, iniziano a integrare il suono con i movimenti e i gesti corporei:

In coppia, uno dei partecipanti deve eseguire i movimenti e i gesti corporei che desidera, nel modo più creativo possibile senza cambiamenti bruschi o improvvisi, in modo che il suo compagno possa seguirli con la musica creata dal suo oggetto. L'obiettivo è che ogni movimento e suono siano perfettamente connessi.

Presta particolare attenzione al fatto che è il corpo a guidare il suono, non il contrario. Ognuno deve interpretare entrambi i ruoli, sia come musicista che come guida con il corpo.

### 10.3.2 LO SPECCHIO

**Nome:** LO SPECCHIO

**Durata:** 10-15 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Espressione corporea, capacità di leadership, cooperazione, creatività.

**Descrizione:** Seduti a coppie di fronte l'uno all'altro e guardandosi intensamente negli occhi, uno dei due inizia a compiere movimenti con il corpo o gesti con il viso, in modo fluido e delicato, affinché il suo compagno lo ripeta come in uno specchio. Dopo un tempo stabilito dal coordinatore, i ruoli si invertono.

L'idea è essere il più creativi possibile.

### 10.3.3 IL QUADRATO DELLA DANZA


**Nome:** IL QUADRATO DELLA DANZA

**Durata:** 20-25 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Espressione corporea, abilità di leadership, coordinamento, creatività.

**Descrizione:** Metti il gruppo in tre file da tre persone ciascuna, una dietro l'altra ma separate, tutte guardando nella stessa direzione. Per iniziare, il coordinatore si posiziona davanti al gruppo e inizia a improvvisare, insieme alla musica, una serie di movimenti che il resto del gruppo dovrà replicare come in uno specchio. Poiché il coordinatore è il primo, dimostra che i movimenti devono essere fluidi, evitando movimenti con cambi repentini e bruschi, per agevolare la ripetizione da parte del gruppo.



Successivamente, i primi 3 di ogni fila improvvisano i loro movimenti, affinché il resto del gruppo li segua. Quando il coordinatore lo ordina, tutti ruotano di 90 gradi, guardando ora in un'altra direzione. Allo stesso modo, ora sono i nuovi primi 3 di ogni fila a dare il comando dei movimenti. L'attività termina quando sono stati effettuati 3 cambiamenti fino al ritorno all'orientamento iniziale. Questo esercizio può essere sperimentato con un numero maggiore di partecipanti, anche se è meno consigliabile.

### **10.3.4 CAMMINARE CON DIVERSE INTENZIONI**

**Nome:** CAMMINARE CON DIVERSE INTENZIONI

**Durata:** 15-20 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Espressione corporea, capacità di leadership, creatività, interpretazione.

**Descrizione:** Iniziare a muoversi nello spazio. Allo stesso tempo, il coordinatore inizia a dare istruzioni per cambiare le intenzioni dei giocatori. Ad esempio, camminare come se avessero fretta, come se fossero addormentati, come se facesse molto caldo, come se facesse molto freddo, come se avessero paura... Gli stessi giocatori possono pensare e proporre diverse varianti. L'obiettivo è esagerare ciascuna delle intenzioni durante la camminata.

## **10.4 ESPRESSIONE VOCALE**

Il corpo e la voce sono fonte di identità. Come l'espressione corporea, l'espressione vocale è un'altra risorsa che consente di sviluppare la creatività e l'espressione personale. Attraverso queste attività si intende esplorare la risorsa della voce, alimentando la sua espressione creativa, per valorizzarla come elemento fondamentale della comunicazione.

### **10.4.1 CANTA IL TUO NOME**

**Nome:** CANTA IL TUO NOME

**Durata:** 15-20 minuti


**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo.

**Obiettivo:** Espressione vocale, connessione di gruppo, creatività, integrazione.

**Descrizione:** Un partecipante si posiziona volontariamente a 10/15 metri di distanza dal resto del gruppo, che si allinea in fila. Il volontario inizia a camminare verso il gruppo e ad ogni passo che fa deve pronunciare il suo nome con un ritmo e l'intonazione diversi e creativi.

Quando arriva vicino al gruppo, viene accolto con un abbraccio di gruppo, come a congratularsi e dargli il benvenuto.

L'attività termina quando tutti i partecipanti hanno percorso il cammino cantando il proprio nome.



## 10.4.2 RISCALDAMENTO DELLA VOCE

**Nome:** RISCALDAMENTO DELLA VOCE

**Durata:** 10 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Espressione vocale, creatività, improvvisazione.

**Descrizione:** Mettetevi in cerchio per scaldare e iniziare a utilizzare la voce.

Prima muovete le spalle, poi saltate agitando il corpo, fate vibrare le labbra.

Poi iniziate uno per uno a giocare sperimentando diversi suoni con la voce.

Ecco alcuni esempi:

-Creare un suono durante l'allungamento del corpo

-Voce acuta

-Voce grave

-Voce rauca

-Voce di falsetto

-Voce nasale

Eseguite tutte queste voci simulando una conversazione, senza utilizzare parole, solo suoni.

## 10.4.3 PAESAGGIO SONORO

**Nome:** PAESAGGIO SONORO

**Durata:** 15 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Espressione vocale, concentrazione, immaginazione, creatività.

**Descrizione:** Per questa attività, sedetevi in cerchio a terra. Si tratta di immaginare un paesaggio proposto dal coordinatore, chiudere gli occhi e iniziare pian piano a dare suoni a questo paesaggio.

Ognuno deve emettere un suono che, sommato a quelli degli altri partecipanti, dia l'idea di trovarsi lì. Cercate di non farlo tutti contemporaneamente, in modo che ogni partecipante possa cambiare il suo suono. Alcuni degli esempi su cui potete lavorare possono essere: un mondo alieno e una savana.

## 10.4.4 ORCHESTRA

**Nome:** ORCHESTRA

**Durata:** 20-25 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo


**Obiettivo:** Espressione vocale, lavoro di squadra, creatività, capacità di leadership.

**Descrizione:** Mettetevi in fila, vicini gli uni agli altri, per formare un'orchestra di suoni. Uno dei partecipanti, a turno, si offre volontario per essere il direttore di una composizione musicale.

Ogni musicista sceglie un suono, che può produrre con la voce come uno strumento musicale, e lo riproduce affinché il direttore possa riconoscerlo. Il direttore indica a ciascun musicista per poter ascoltare il suo suono nell'ordine che preferisce.

Finita la prova dei suoni, il direttore inizia a dirigere il suo concerto, aggiungendo e togliendo suoni, aumentando o diminuendo il volume, aumentando o diminuendo la frequenza o qualsiasi altra variante a sua discrezione, fino a concludere l'opera.

All'inizio, i suoni vengono creati senza istruzioni particolari, poi vengono



presentate diverse e numerose varianti desiderate:

- suoni con voci alte e basse che parlano in lingue diverse
- suoni di pianto
- ecc.ecc..

Uno per uno, i partecipanti diventano direttori e l'attività termina quando tutti hanno diretto il proprio concerto.

## 10.5 PROPRIOCEZIONE

Lavorare sulla propriocezione attraverso attività ludiche permette di sviluppare la percezione del proprio corpo mentre si sperimentano altre capacità importanti per lo sviluppo individuale e di gruppo, come la creazione di squadre, la fiducia e la collaborazione.

### 10.5.1 TIKIWIKI

Nome: TIKIWIKI

Durata: 10-15 minuti

Numero di partecipanti: Tutto il gruppo

Obiettivo: Propriocezione, concentrazione, consapevolezza.

Descrizione: Per questa attività, viene scelto un partecipante per svolgere il ruolo di tiki-wiki, mentre il resto del gruppo si allinea vicino a un muro e tiene gli occhi chiusi. Il tiki-wiki si posiziona in un punto dello spazio da cui non può muoversi, rimarrà muto e non emetterà alcun suono. Una volta posizionato, il coordinatore avvia il gioco e gli altri partecipanti, sempre con gli occhi chiusi e

senza parlare, iniziano a muoversi nello spazio per trovarlo. Quando trovano una persona, per capire se è tiki-wiki o un giocatore normale, devono fare la seguente domanda: "TIKI-WIKI?". Se l'altro risponde "TIKI-WIKI" significa che è un giocatore normale che sta cercando anche lui tiki-wiki. Quando un giocatore trova qualcuno e non riceve risposta, significa che ha trovato tiki-wiki. Quando ciò accade, il giocatore che ha fatto la domanda si posiziona accanto a tiki-wiki, con gli occhi aperti ma senza parlare, e assume anche lui il ruolo di tiki-wiki. L'attività continua così fino a quando tutti i giocatori trovano tiki-wiki.

### 10.5.2 LABIRINTO

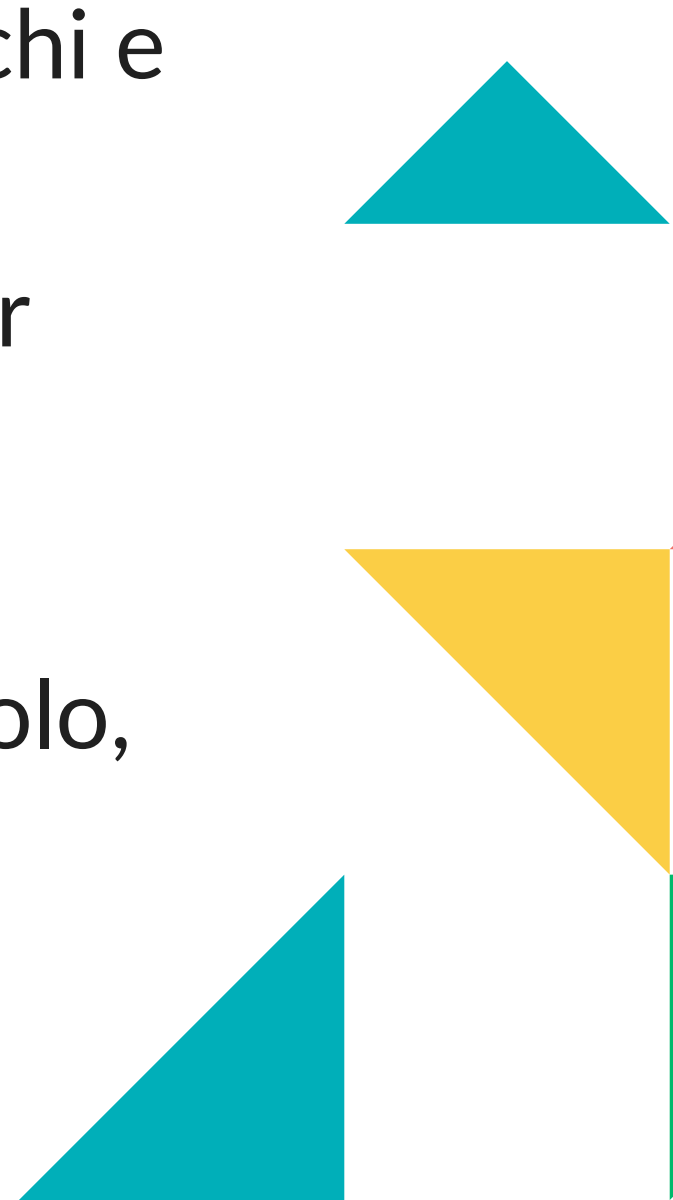
Nome: LABIRINTO

Durata: 15 minuti

Numero di partecipanti: Tutto il gruppo

Obiettivo: Propriocezione, memoria, concentrazione, consapevolezza dello spazio.

Descrizione: Per questa attività, il coordinatore prepara un percorso con ostacoli in uno spazio definito largo 3 metri e lungo 4 metri. Per creare gli ostacoli si possono utilizzare oggetti disponibili. I partecipanti si mettono in fila uno alla volta di fronte al percorso, lo osservano per circa 30 secondi cercando di memorizzarlo e poi chiudono gli occhi e iniziano a camminare. L'obiettivo dell'attività è scegliere un percorso per raggiungere l'altro lato, dove il coordinatore li attende per dar loro il benvenuto, senza toccare alcun ostacolo, mantenendo sempre gli occhi chiusi.





L'attività termina quando tutti i giocatori riescono a completare il percorso. Chi lo desidera può ripetere l'attività più volte cercando percorsi diversi.

### 10.5.3 UN FIUME PIENO DI COCCODRILLI

**Nome: UN FIUME PIENO DI COCCODRILLI**

**Durata: 15 minuti**

**Numero di partecipanti: Tutto il gruppo**

**Obiettivo: Propriocezione, lavoro di squadra, equilibrio, concentrazione.**

**Descrizione:** Si formano delle coppie e si cercano 3 pezzi di legno o un altro materiale, più piccoli delle dimensioni dei nostri piedi, per lavorare sull'equilibrio. I giocatori si posizionano in un punto dello spazio che rappresenta la riva di un fiume e si stabilisce dove si trova l'altra riva. Il primo giocatore inizia attraversando il fiume dove ci sono molti coccodrilli e per farlo deve utilizzare i pezzi di legno per evitare di cadere in acqua. Mette il primo pezzo e vi sale sopra con un piede, poi mette il secondo e vi sale sopra con l'altro piede. Il secondo giocatore fa lo stesso con il pezzo di legno rimanente e vi mette il primo piede. Per mettere il secondo piede, è necessario che il primo compagno sollevi un piede dal suo pezzo di legno e si tenga in equilibrio su una sola gamba. Ora il giocatore 2 può mettere entrambi i piedi, ma affinché il primo giocatore possa avanzare è necessario che il giocatore 2 sollevi il piede più lontano per liberare il pezzo di legno. Quindi mantiene

l'equilibrio e raccoglie il pezzo, passandolo al compagno di fronte. Quest'ultimo mette il legno un passo avanti e vi posiziona il piede, facendo avanzare così il percorso lungo fiume.

Quando mantengono l'equilibrio, i giocatori possono aiutarsi a vicenda, l'importante è che i loro piedi non tocchino l'acqua. Il gioco termina quando si raggiunge l'altra riva del fiume senza cadere.

Si può anche giocare in gruppi di 3 e in tal caso il legno utilizzato sarà di 5, o in gruppi di più persone, sempre tenendo presente questa proporzione.

## 10.6. CONCENTRAZIONE

Sviluppare la capacità di attenzione e concentrazione è fondamentale per migliorare la qualità della partecipazione nelle attività successive che presenteranno una varietà di obiettivi. Il gioco è uno strumento essenziale per lavorare su questi aspetti, poiché permette di mantenerli per un periodo più lungo in modo divertente e motivante.


### 10.6.1 SIMONE DICE!

**Nome: SIMONE DICE**

**Durata: 10 minuti**

**Numero di partecipanti: Tutto il gruppo**

**Obiettivo: Concentrazione, riflessione, attenzione**



Descrizione: Uno dei partecipanti è "Simone", o può essere il suo proprio nome o quello che preferisce. Questa persona è colui che guida l'azione. Gli altri devono fare ciò che Simone dice.

Il trucco sta nella frase magica "Simone dice". Se Simone dice "Simone dice salta", i giocatori devono saltare o vengono eliminati. Se dice semplicemente "salta", non devono saltare o saranno comunque eliminati. Cerca di farlo nel modo più veloce e creativo possibile.

## 10.6.2 SEQUENZA DI PALLINE

**Nome: SEQUENZA DI PALLINE**

**Durata: 10 minuti**

**Numero di partecipanti: Tutto il gruppo**

**Obiettivo: Concentrazione, lavoro di squadra, memoria**

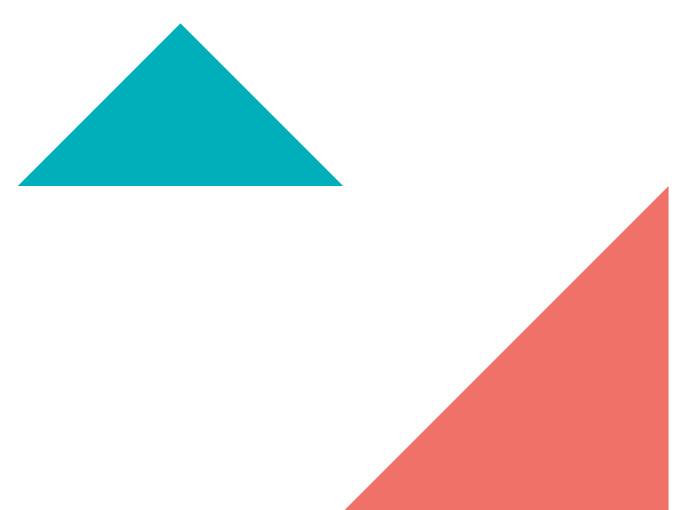
**Descrizione:** Posizionati in cerchio molto vicini gli uni agli altri. Il coordinatore ha una pallina da tennis in mano e comincia a lanciarla a qualsiasi membro del cerchio. Questo deve riceverla e passarla a un altro compagno e così via, finché tutti i giocatori non l'hanno ricevuta. Nessuno può ricevere la pallina più di una volta. Quando l'ultimo giocatore la riceve, la lancia nuovamente al coordinatore per iniziare una nuova sequenza. La stessa sequenza viene ripetuta due o tre volte finché tutti ricordano da chi hanno ricevuto la pallina e a chi devono lanciarla. La prima variante del gioco consiste nel ripetere la sequenza ma invertita, cioè passare a chi me l'ha passata e ricevere da chi l'ho passata io.

"Una volta che il gruppo è in grado di eseguire questa attività agilmente, si passa alla variante successiva, che è più complessa: tornare alla prima sequenza, ma ora il coordinatore aggiungerà altre palline una alla volta. Quindi, quando la sequenza è a metà, se ne aggiungerà una nuova. E così via con altre due o tre palline, a seconda delle capacità del gruppo.

In questo modo, il gioco diventa un'attività in cui ogni partecipante deve concentrarsi costantemente nel ricevere la pallina dal compagno "A" e lanciarla al "B" affinché la sequenza di gruppo funzioni correttamente.

## 10.7 IMPROVVISAZIONE LUDICA E ARTISTICA

I giochi ed esercizi di improvvisazione consentono a coloro che li sperimentano di utilizzare la propria creatività, migliorare le loro abilità di fronte al pubblico, aumentare la fiducia e la concentrazione. Nell'improvvisazione non c'è tempo per il dubbio e questo ci porta ad agire senza pensare. Inoltre, rispondiamo più rapidamente e senza paura di sbagliare. Di conseguenza, siamo spinti ad agire più per istinto che per ragionamento.



## 10.7.1 LA PIETRA NELLA STANZA

**Nome:** LA PIETRA NELLA STANZA

**Durata:** 20 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Improvvisazione, immaginazione, espressione corporea, pensiero illogico

**Descrizione:** Il coordinatore presenta la dinamica al gruppo e poi ciascun partecipante realizzerà l'attività uno per uno. Il coordinatore definisce uno spazio all'interno della stanza che rappresenta una camera in una casa. Al centro di questa stanza c'è una pietra molto grande e pesante, mentre su uno dei muri c'è una finestra molto più piccola. La pietra non passa attraverso la finestra perché è troppo grande. Ogni giocatore, utilizzando la propria fantasia e creatività, deve trovare un modo e agire in modo tale che la pietra passi attraverso la finestra. L'obiettivo del gioco è smettere di pensare logicamente (esempio: prendere la pietra, romperla, spingerla) e trovare soluzioni creative (esempio: sgonfiare la pietra come un palloncino, mordere la pietra e sputarla dalla finestra...). L'intera sequenza deve essere rappresentata senza parlare, in modo che i compagni possano capire ciò che sta accadendo. Per facilitare la comprensione dell'attività da parte del gruppo, è consigliato che il coordinatore dimostri, attraverso l'azione, in cosa consiste l'attività.

## 10.7.2 IL BAGNO IMMAGINARIO


**Nome:** IL BAGNO IMMAGINARIO

**Durata:** 25 MINUTI

**Numero di partecipanti:** 10 persone

**Obiettivo:** Improvvisazione, consapevolezza dello spazio, concentrazione, memoria, espressione corporea

**Descrizione:** Il coordinatore introduce l'attività al gruppo spiegando la situazione: lo scenario è un bagno immaginario completamente vuoto in una casa, con una sola porta su un lato del muro. Uno per uno, i partecipanti devono entrare nello scenario e rappresentare una situazione della vita quotidiana. Il primo partecipante apre la porta, entra e la chiude. Una volta all'interno, il partecipante svolge un'azione immaginando le strutture sanitarie dello spazio (andare al lavandino a lavarsi le mani, fare pipì nel water). Quando l'azione è completata, esce dal bagno aprendo la porta e chiudendola dietro di sé. Il partecipante successivo deve entrare nella stanza del bagno attraversando la porta, ricordando come il compagno precedente l'aveva aperta, e ricordando dove si trovavano le strutture usate in precedenza e svolgendo un'azione diversa in un altro punto del bagno (ad esempio, se il partecipante 1 entra e si lava le mani nel lavandino immaginario posizionato a sinistra della stanza, il partecipante 2 deve



entrare dalla porta aprendola nella stessa direzione, andare al lavandino a sinistra della stanza e svolgere l'azione che desidera, e quindi utilizzare il water immaginario in un altro punto della stanza. Quando ha finito, esce dalla porta e la chiude). La sequenza continua fino a quando tutti i partecipanti entrano in scena, ripetendo le sequenze precedenti e creando così un bagno immaginario con tutte le strutture (doccia/vasca/lavandino/water/lavatrice e tutto ciò che viene rappresentato durante il gioco). È molto importante rispettare l'ordine e lo spazio in cui i compagni precedenti hanno posizionato le strutture e gli oggetti del bagno.

### 10.7.3 DEFORMANDO

Nome: DEFORMANDO

Durata: 10-15 minuti

Numero di partecipanti: Tutto il gruppo

Obiettivo: Improvvisazione, pensiero illogico, espressione corporea

Descrizione: In cerchio, il coordinatore inizia ad improvvisare con le mani un oggetto qualsiasi, che può essere un oggetto esistente o qualcosa creato completamente dalla sua immaginazione. Inizia a giocare con questo oggetto, muovendolo, deformandolo, rompendolo o qualsiasi altra cosa gli venga in mente. Dopo un attimo di creazione, passa l'oggetto al compagno al suo fianco, che lo deve ricevere e trasformare con la sua immaginazione, ripetendo così lo stesso processo creativo. L'oggetto girerà di mano in mano fino a completare il cerchio

(il giro può essere ripetuto quante volte si desidera). Successivamente, con una dinamica simile, il coordinatore inizia facendo un'azione che viene svolta nella vita, improvvisandola con le mani. Può combinare più azioni nel suo turno, ma sempre in modo fluido, senza interrompere il movimento. Nello stesso modo di prima, passa il gesto al compagno, che a sua volta lo riceve, lo trasforma e lo passa al successivo, fino a completare il giro.

### 10.7.4 OBJET TROUVÉ


Nome: OBJET TROUVÉ

Durata: 20-25 minuti

Numero di partecipanti: Tutto il gruppo

Obiettivo: Improvvisazione, pensiero illogico, creatività, disassociazione

Descrizione: Per questa attività ogni partecipante deve cercare un qualsiasi oggetto nello spazio e iniziare a giocarci, sperimentando nuovi possibili utilizzi. L'obiettivo dell'attività è dissociare l'oggetto dal suo uso comune e attribuirgli un altro significato (esempio: scelgo una scarpa come oggetto e la mangio o la uso come fosse un telefono cellulare, la uso come piatto di cibo, la uso come volante di un'auto, come se fosse un bambino che mi abbraccia, come fosse un libro..). All'inizio, ogni partecipante sperimenta e gioca con il proprio oggetto per alcuni minuti cercando almeno 10 utilizzi creativi. Poi, uno per uno, i partecipanti mostrano ai loro compagni i 5 risultati che preferiscono. L'esercizio si svolge in completo silenzio, agendo ognuno per conto proprio.



## 10.7.5 IMPROSEDIA

**Nome:** IMPROSEDIA

**Durata:** 15-20 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Improvvisazione, espressione corporea, espressione vocale, cooperazione, creatività

**Descrizione:** Questo esercizio è un duetto di improvvisazione. Si dispongono due sedie che si toccano con lo schienale l'una l'altra. Uno dei partecipanti si siede sulla sua sedia guardando il resto del gruppo (pubblico), e il suo compagno sull'altra sedia. In questo caso, quest'ultimo è colui che guida l'improvvisazione, utilizzando la voce, sia con dialoghi che solo con suoni. L'idea è farlo in modo fluido, senza cambiamenti bruschi e improvvisi. Colui che è di fronte al pubblico deve incarnare i suoni che sente, cercando di coordinarsi al massimo con il suo compagno, creando un insieme tra il suono, l'interpretazione fisica e il movimento delle labbra.

## 10.8 CREAZIONE DI NARRAZIONI E SCENARI

La creazione di narrazioni e scenari è un'attività che stimola la creatività individuale e di gruppo. Il suo obiettivo è la creazione di una storia e la successiva comunicazione attraverso l'uso di una serie di informazioni visive e sonore e attraverso la caratterizzazione dei personaggi e dell'ambientazione.

### 10.8.1 IL QUADRO

**Nome:** IL QUADRO

**Durata:** 20-25 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Narrazione e creazione di scenari, immaginazione, lavoro di squadra, espressione corporea

**Descrizione:** Tutto il gruppo è seduto e c'è solo una sedia su un "palcoscenico". Tutto l'evento si svolge in silenzio, con musica di sottofondo che varia. Il coordinatore sceglie due persone. Una di loro, in base al suo sentire, si avvicina alla sedia e si blocca insieme ad essa in una foto che cerca di raccontare una storia o un sentimento. Successivamente, il compagno deve entrare in scena e unirsi alla foto, cambiando o no il significato di ciò che il primo aveva proposto. Poi i ruoli si scambieranno. Il coordinatore formerà diverse coppie e cambierà la musica se lo ritiene necessario. Per la variante successiva, si siederanno di fronte al palcoscenico. Il coordinatore inizierà chiamando un partecipante che si avvicinerà alla sedia e realizzerà la stessa attività. Un partecipante dopo l'altro, il resto del gruppo, salirà sul palcoscenico per completare o cambiare il senso della storia. Il numero di partecipanti in scena è variabile, potrebbe salire l'intero gruppo o solo una parte. Il coordinatore può anche scegliere uno dei partecipanti per dirigere la scena.



## 10.8.2 LA STRANA ROUTINE GIORNALIERA

**Nome:** LA STRANA ROUTINE GIORNALIERA

**Durata:** 20-25 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Narrazione e creazione di scenari, espressione corporea, lavoro di squadra, creatività

**Descrizione:** Mettetevi a coppie e un gruppo alla volta, davanti agli altri, ripete ripetutamente un'azione della routine quotidiana tramite la pantomima. Successivamente, il coordinatore propone una variante, come: ripetere esattamente la stessa sequenza ma con un'emozione diversa (ad esempio, molto felice, spaventato, nervoso, imbarazzato, di fretta); o con un cambiamento di genere o natura (robot, donna, coppia che non riesce più a stare in piedi). L'idea è agire in modo esagerato. Dopo questa sperimentazione, ogni coppia avrà qualche minuto per discutere e creare una nuova storia con 2 o 3 varianti che propongono.

## 10.8.3 LA BANDA MUSICALE MUTA

**Nome:** LA STRANA ROUTINE GIORNALIERA

**Durata:** 20-25 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Narrazione e creazione di scenari, espressione corporea, lavoro di squadra, creatività

**Descrizione:** Mettetevi a coppie e un gruppo alla volta, davanti agli altri, ripete ripetutamente un'azione della routine

quotidiana tramite la pantomima. Successivamente, il coordinatore propone una variante, come: ripetere esattamente la stessa sequenza ma con un'emozione diversa (ad esempio, molto felice, spaventato, nervoso, imbarazzato, di fretta); o con un cambiamento di genere o natura (robot, donna, coppia che non riesce più a stare in piedi). L'idea è agire in modo esagerato. Dopo questa sperimentazione, ogni coppia avrà qualche minuto per discutere e creare una nuova storia con 2 o 3 varianti che propongono.

## 10.8.4 CHIACCHIERATA FUORI TEMPO


**Nome:** CHIACCHIERATA FUORI TEMPO

**Durata:** 20 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Creazione di narrazioni e scenari, lavoro di squadra, creatività, tempismo

**Descrizione:** In coppia, pensate a una situazione comune con un mini-dialogo tra due persone (azione e reazione). Immaginate la situazione scelta in uno spazio definito, definendo i ruoli e le attitudini che ciascun personaggio assumerà. Alcuni esempi possono essere: chiedere l'orario per strada, chiedere dove si trova un luogo. Rappresentate la scena prima con tempi naturali, poi cambiate due o più tempi: domanda e risposta molto tardive, domanda normale e risposta veloce o talmente veloce da anticipare la stessa domanda, oppure scambiate i tempi nella stessa sequenza. Esercitatevi alcune volte e poi mostratelo al resto del gruppo.



The rest of the group had to try to guess which was the scenic frame shown.

### 10.8.5 CREA LA TUA STORIA

**Name:** CREA LA TUA STORIA

**Durata:** 30 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Creazione di narrazioni e scenari, lavoro di squadra, creatività, interpretazione

**Descrizione:** Per questa attività, i partecipanti si dividono in gruppi di 5/6 persone (o meno se il numero è inferiore). Il coordinatore assegna a ciascun gruppo una situazione specifica e comune da rappresentare agendo e creando scenari nello spazio (esempio: ristorante, supermercato, lezione a scuola). I partecipanti discutono per alcuni minuti sulla situazione da rappresentare, sui ruoli, i possibili dialoghi e la storia. Una volta completata questa prima fase, il gruppo rappresenta la sua piccola opera teatrale. Successivamente, il coordinatore chiede di ripetere esattamente la stessa narrazione, ma questa volta cambiando l'emozione (esempio: ora tutti sono depressi, tutti stanno dormendo...) o cambiando il modo di parlare (esempio: parlare emettendo solo "bla bla bla", parlare cantando...). Il coordinatore può anche mettere una canzone e chiedere che la performance segua l'intensità e l'emozione della musica. Può aggiungere tutte le varianti che gli vengono in mente. Ideale sarebbe che ogni gruppo si esibisse 4 volte: 1 volta normale e le altre 3 con le varianti proposte dal coordinatore.

È molto importante rispettare sempre i dialoghi e la narrazione iniziale.

## 10.9 DINAMICHE DI CHIUSURA

Le dinamiche di chiusura sono esercizi e attività che permettono di rafforzare il lavoro svolto nelle attività precedenti e il senso di gruppo creato tra i partecipanti. Possono essere dinamiche che richiedono un alto livello di energia personale e di gruppo, come giochi, oppure dinamiche più tranquille che offrono rilassamento e serenità prima dei saluti.

### 10.9.1 MASSAGGIO DI GRUPPO


**Nome:** MASSAGGIO DI GRUPPO

**Durata:** 10 minuti

**Numero di partecipanti:** Tutto il gruppo

**Obiettivo:** Rilassamento, lavoro di squadra, fiducia

**Descrizione:** I partecipanti si dividono in gruppi di 5 e si dispongono in cerchio di fronte l'uno all'altro. A turno, una persona si posiziona al centro e chiude gli occhi. I partecipanti intorno iniziano a spingerlo delicatamente, accompagnati da un altro compagno, in modo che la persona al centro si bilanci tra le braccia del gruppo in modo morbido e delicato. Dopo alcuni minuti, i partecipanti intorno gli afferrano le spalle e le gambe, lo sollevano e lo fanno oscillare come una foglia al vento, accompagnandolo dolcemente fino a terra. Successivamente, il gruppo inizia a massaggiare affettuosamente diverse parti



del corpo del compagno (mani, piedi, gambe, viso, testa...) e dopo un po' inizia a muovere delicatamente le articolazioni del partecipante disteso a terra. Infine, ciascuno sfrega le mani e le appoggia per alcuni secondi sul corpo del compagno, ripetendo questa azione 3 volte. Una volta concluso il massaggio, si concede un momento affinché il partecipante al centro riapra gli occhi e si alzi. Uno per uno, i partecipanti che lo desiderano si dirigono al centro e vivono l'esperienza.

suolo quando non è il suo turno, deve ritirare quella mano. Quando un giocatore rimane senza mani, viene eliminato. Il gioco termina quando rimane solo un vincitore.

## **10.9.2 IL CERCHIO DELLE MANI**

**Nome: IL CERCHIO DELLE MANI**

**Durata: 10 minuti**

**Numero di partecipanti: Tutto il gruppo**

**Obiettivo: Concentrazione, riflessione, lavoro di squadra**

**Descrizione:** Tutti i partecipanti si inginocchiano con i palmi delle mani appoggiati a terra e passano la propria mano destra sopra quella sinistra del compagno. Tutti si dispongono con le mani incrociate a terra. Il gioco consiste nel dare un colpo battendo la mano per terra e passarlo al compagno successivo seguendo il cerchio delle mani, da una mano all'altra, sempre consecutivamente, mantenendo l'ordine creato dell'incrocio delle mani. Vengono presentate una dopo l'altra le seguenti varianti:

Se vengono dati due colpi, si cambia direzione.

Se si appoggia la mano con il palmo rivolto verso l'alto, si salta un giocatore.

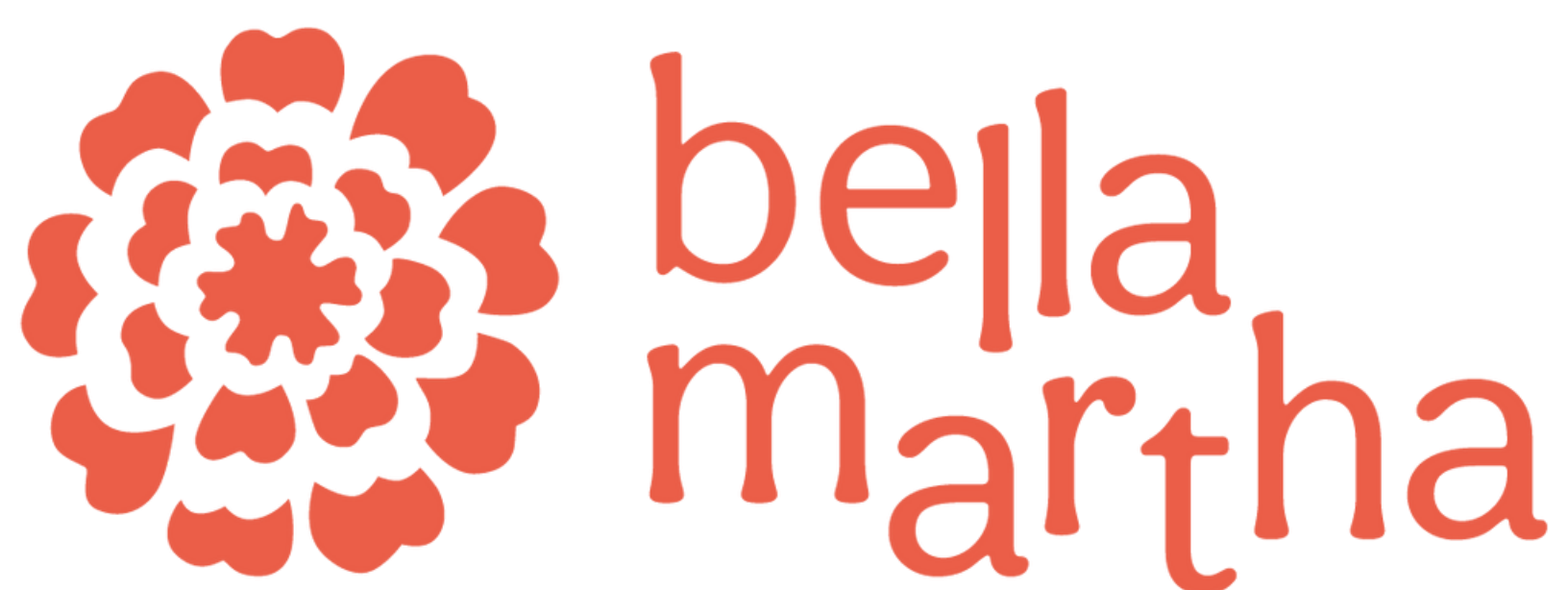
Se qualcuno alza la mano o colpisce il





# 11. ESEMPI DI BUONE PRATICHE

## 11.1 BELLA MARTHA(DE)



**Nome del progetto:**

Bella Martha

**Motto del progetto:**

Io lo realizzerò, tu mi aiuterai.

**Organizzazioni promotrici:**

Mrthashofen e.V. Society for Social Design

**Indirizzo:**

Marthashofen 6

**CODICE POSTALE:**

82284

**Città:**

Grafrath

**Paese:**

Germania

**Contatti:**

Tel: 0049 8193 937300

Email: guenter@kaul-cg.de

Web organizzazione:

[www.marthashofen.de](http://www.marthashofen.de)

Web progetto:

<https://www.bellamartha.com/>

**Descrizione delle organizzazioni:**

Nel cuore dell'istituzione sociale di Marthashofen (casa di riposo per anziani), è stato creato il Bella Martha Art and Studio House. Questa struttura ospita quattro studi: tre più piccoli, affittati ad artisti della regione, e uno più grande destinato ad eventi, corsi, attività, e utilizzato come spazio di lavoro. Questo ha fatto sì che gli artisti costruissero le proprie piccole abitazioni all'interno della struttura, le quali successivamente, vengono lasciate in eredità all'istituzione, la quale cresce così con nuovi alloggi. In questo modo si ottiene una transizione graduale per i residenti, che possono usufruire dei rispettivi aiuti sociali a seconda del loro stato di salute. Fino ad arrivare all'assistenza a tempo pieno. Così, di conseguenza, non c'è una rottura in questa modalità di vita, bensì un passaggio dall'indipendenza all'assistenza proprio nello stesso luogo. In questo modo, gli artisti coinvolti hanno stabilito molti e diversificati contatti. Ad esempio, è stata costruita, e abitata, una casa musicale da un musicista. Altre case la seguiranno. Le attività intorno al piccolo bar, gestito autonomamente, conferiscono al luogo un carattere di piccolo villaggio. È qui che avviene il contatto regolare con i visitatori della programmazione culturale, mantenendo l'insediamento sempre vivace e arricchito da nuovi temi.



### **Descrizione dei PROGETTI ARTISTICI, Necessità, Obiettivi, Attività**

Descrizione: Programma regolare con una combinazione di residenze artistiche, workshop tematici, mostre e conferenze.

Necessità: Finanziamento dei programmi, residenze e materiali.

Obiettivi: Riunire persone di tutte le età, in particolare gli anziani della residenza e gli artisti attraverso programmi culturali.

Attività: Residenza artistica, esposizione, conferenze, workshop.

### **Gruppo Target**

- Anziani
- Migranti
- Visitatori della struttura

### **Elementi di Successo**

Si pianifica una stretta collaborazione tra gli artisti e l'istituzione sociale. La casa di riposo è stata fondata da un artista, quindi sin dall'inizio è stato progettato uno spazio come studio e destinato alla cooperazione con gli artisti. Questo si è esteso anche ai residenti della casa di riposo. Con altri artisti che si prendono cura dello spazio studio, il programma è potuto crescere ed espandersi. Un piccolo bar direttamente adiacente allo studio e agli spazi di lavoro ha svolto un ruolo importante. Qui avviene la transizione tra luogo di incontro sociale e luogo di lavoro. I visitatori del bar scoprono anche le opere d'arte e partecipano agli eventi. Vengono regolarmente organizzate conferenze di

alto livello, dove diversi relatori presentano i loro progetti, idee o curriculum. Questo ha ampliato il gruppo target dei visitatori e lo ha stabilito come caratteristica di qualità, contribuendo all'accettazione e alla valorizzazione dello stesso.

### **Elementi Critici - Rischi**

Il progetto si basa sull'impegno personale del gruppo di artisti, la maggior parte dei quali partecipa all'implementazione in modo volontario. Tuttavia, è necessario ottenere supporto finanziario per le residenze e il programma artistico.

Attualmente, ciò è possibile solo attraverso progetti correlati e non mediante finanziamento istituzionale.

Questo significa che c'è sempre il rischio che alcuni progetti non ricevano finanziamenti o che non ci siano offerte per essi. Con il lavoro volontario, non è possibile garantire programmi permanenti.



# 11.2

## LEBENSGEMEINSCHAFT HOHENBERG (DE)



**Nome del progetto:**

Lebensgemeinschaft Höhenberg /  
Life Community Höhenberg

**Motto del progetto:**

Höhenberg – Leben in der Gemeinschaft

**Organizzazioni promotrici:**

Life Community Höhenberg

**Indirizzo:**

Höhenberg 8

**CODICE POSTALE:**

84149

**Città:**

Velden

**Paese:**

Germania

**Contatti**

Tel: 0049 8086 93130

email: [info@hoehenberg.de](mailto:info@hoehenberg.de)

web organizzazione:

[www.lebensgemeinschaft-hoehenberg.de](http://www.lebensgemeinschaft-hoehenberg.de)

**Descrizione delle organizzazioni:**

Tre decenni fa, una coppia acquistò una fattoria in rovina per creare un'azienda biodinamica. .

Fin dall'inizio, questo passo portò un miglioramento nella qualità di vita a Höhenberg, un'esperienza che persiste ancora oggi. Hanno accolto chiunque volesse unirsi a loro nella fattoria. Presto, l'idea di trasformare la tenuta in un villaggio prese forma, combinando impulsi biodinamici e socioterapeutici.

Il progetto è stato supportato da numerose donazioni e sovvenzioni, rendendo possibile il sogno di creare un villaggio con vari laboratori, tra cui intaglio, feltro, caseificio, panificio, falegnameria, agricoltura e produzione di candele. La vendita dei prodotti, i finanziamenti dal distretto e le donazioni consentono di sostenere il progetto.

**Descrizioni dei PROGETTI ARTISTICI, Necessità, Obiettivi, Attività:**

Descrizione: Lavoro quotidiano nei laboratori e vendita dei prodotti.

Necessità: Finanziamenti dal distretto, donazioni, clienti.

Obiettivi: Coinvolgere persone con e senza disabilità interessate ai laboratori e alla convivenza.

Attività: Formazione artistica professionale, stand di vendita nei mercati, attività di caffetteria.

### **Gruppo Target:**

- Persone con disabilità
- Visitatori/Clienti
- Individui interessati a vivere in una comunità.
- Persone desiderose di ampliare la propria formazione artistica.
- 

### **Elementi di Successo - Punti di Forza:**

A Höhenberg, le persone si uniscono volontariamente come comunità per vivere e lavorare insieme. Ogni membro della comunità è trattato con dignità, rispetto e amore umano. Le persone con e senza disabilità trovano il proprio posto in base alle proprie esigenze e capacità. I laboratori di Höhenberg sono situati nel villaggio e offrono condizioni di lavoro adatte a tutti.

La varietà di lavori e condizioni di vita caratterizza la vibrante comunità di Höhenberg. Questo stile di vita abbraccia aspetti quali il lavoro, la vita spirituale e culturale, le attività ricreative e le relazioni interpersonali, creando un ambiente favorevole allo sviluppo personale.

### **Elementi Critici - Potenziali Rischi:**

Un possibile rischio è l'isolamento completo dalla vita sociale tradizionale, che potrebbe portare a perdere il contatto col mondo reale poiché tutto è risolto all'interno della comunità.

Potrebbero sorgere conflitti e dissensi a causa della stretta convivenza, mancando a volte la giusta distanza tra le persone.



## 11.3 KREARTE(ES)

**Nome del Progetto:**

KreArte

**Obiettivo del Progetto:**

Festival d'Arte Sociale

**Organizzazioni Leader:**

Fundacion Ecsuela de Solidaridad e KreArte

**Indirizzo:**

Avenida Moises 6

**CAP:**

18330

**Città:**

Sierra Elvira(Granada)

**Paese:**

Spagna

**Contatto:**

**Telefono:** 603312847,

**Email:** festivalkrearte@gmail.com,

**Sito web dell'organizzazione:**

<http://www.festivalkrearte.com/>

**Descrizione delle Organizzazioni:**

Crediamo che l'arte rappresenti uno spazio infinito di espressione, relazione e crescita, capace di abbattere barriere e dare voce a situazioni ingiuste. Per questo vogliamo che il mondo dell'arte e del lavoro sociale abbia una piattaforma di

dialogo e sperimentazione che sviluppi e consolidi metodi innovativi ed efficaci per l'inclusione sociale.

La terza edizione del Festival d'Arte Sociale KreArTe si è svolta a Granada dal 24 al 29 maggio 2022. È un festival che mira a dare visibilità a diverse pratiche artistiche come strumento di inclusione sociale. Gli ospiti hanno tenuto workshop durante la settimana, presentando progetti consolidati su come l'arte possa servire al settore sociale. Questi laboratori, svolti in tutta Granada, erano rivolti a studenti, artisti, associazioni di ONG, fondazioni, operatori sociali e chiunque fosse interessato. Tutti i partecipanti al festival hanno preso parte a una grande sfilata stile parata che raccoglieva tutti i risultati dei laboratori.



**Festival KREARTE**  
de 25 de MAYO al 29 de MAYO  
GRANADA

**TALLERES GRATUITOS**  
de Arte inclusiva  
consulta nuestra web  
[www.festivalkrearte.com](http://www.festivalkrearte.com)

**ESPECTACULOS**  
27 de Mayo Plaza Nueva  
28 de Mayo en  
Fuente de las Batallas  
de 17h a 24h

**PASACALLE**  
de Fuente de las Batallas  
a Plaza de la Libertad  
29 de Mayo 17h

**CABARET DE CIERRE**  
La Buia Espacio  
Creativo  
29 Mayo 21h

## Descrizioni dei PROGETTI ARTISTICI, Necessità, Obiettivi, Attività:

Descrizione: Festival d'Arte. Ogni anno si tiene un evento in tutta la città di Granada. Collabora con varie istituzioni artistiche e sociali locali per costruire un ponte che promuova l'inclusione sociale e l'arte come strumento olistico.

Necessità: Finanziamenti (europei e locali), artisti, spazi per workshop.

Obiettivo: Promuovere l'arte come strumento di intervento olistico per l'inclusione sociale.

Attività: festival, workshop, conferenze

## Gruppi Target:


- Migranti
- Utenti con problemi di salute mentale
- Persone con disabilità

## Elementi di Successo - Punti di Forza:

Il progetto è innovativo, non esiste un altro festival nella regione che cerchi di integrare diverse discipline con un approccio sociale.

Tutte le attività (cabaret, workshop, sfilata, ecc.) sono legate da un costante dialogo artistico, estetico e paradigmatico, creando insieme una parata finale






che coinvolge tutti i partecipanti al festival. Tutte le formazioni e attività svolte come parte del festival sono gratuite. Sono inoltre accessibili a tutte le persone con le loro diverse caratteristiche e il supporto di cui hanno bisogno (diversità funzionale, problemi di salute mentale, persone in situazioni di vulnerabilità, migranti, ecc.).

Il festival mira a essere un progetto replicabile con una ristrutturazione adeguata anche in altre regioni. È un progetto basato su reti di solidarietà, quindi è facile da mantenere nel tempo, anche se ciò richiede molto lavoro. Sono già state realizzate tre edizioni e si è costituito un gruppo di lavoro permanente.

### **Elementi Critici - Potenziali Rischi:**

Sebbene il progetto sia sostenibile a lungo termine, richiede una ricerca costante di risorse per fare passi in avanti qualitativi in ogni edizione. Senza finanziamenti, è difficile contattare artisti e insegnanti per formare un team in vista di ogni edizione del festival. Per questo motivo, spesso ricorriamo a progetti europei, poiché il principio base è che il festival debba sempre essere gratuito. Sebbene gli eventi organizzati richiedono molti mesi di preparazione, l'attività del festival di per sé si svolge solo durante un mese all'anno.





## 11.4 LA FABBRICA DEL FARÒ(IT)



**Nome del progetto:**

La Fabbrica del Farò

**Finalità del progetto:**

Il progetto punta ad interventi concreti di innovazione sociale, offrendo opportunità di formazione non formale ad adolescenti, giovani ed adulti in area di svantaggio.

**Organizzazioni promotrici:**

Cooperativa sociale Il Faro

**Indirizzo:**

Contrada Marmorelle

**Cap:**

72100

**Città:**

Brindisi

**Paese:**

Italy

**Contatti:**

Tel: 3478759660

Email: [ilfaro.brindisi@gmail.com](mailto:ilfaro.brindisi@gmail.com)

Web site:

<https://www.lafabbricadelfaro.org>

**Descrizione delle organizzazioni:**

La cooperativa sociale Il Faro nasce nel 2014 con il chiaro intento di attivare progetti di innovazione sociale, ibridando comunità di accoglienza con progetti artistici, turismo sociale e agricoltura sociale, con il coinvolgimento di associazioni, cooperative sociali e cittadini attivi che spontaneamente chiedono di svolgere attività di volontariato.

La cooperativa sociale Il Faro gestisce una comunità residenziale per gestanti e madri con bambini, che ospita 9 donne e 15 bambini.

Per garantire opportunità di formazione non formale alle donne ospitate, nel 2018 la stessa cooperativa ha acquisito una vecchia fabbrica dismessa situata nell'area SIC (Sito di Interesse Comunitario) perché molto vicina alla riserva naturale di Torre Guaceto, con il chiaro intento di attuare la mission di creare opportunità e generare alternative di vita per le persone ospitate. Dal 2020 ospita nella struttura, denominata "La Fabbrica del Farò", due progetti artistici: il Circo Sociale della Cooperativa Sociale Tenrock e la danza contemporanea di AlphaZTL, due organizzazioni con sede nello stesso territorio.

Il progetto Art No Stop ha contribuito fortemente all'implementazione di questa buona pratica, fornendo idee e strategie utili al raggiungimento della mission.

## Descrizioni dei PROGETTI ARTISTICI, Necessità, Obiettivi, Attività:

Bisogni: Creare opportunità di azioni di orientamento ed apprendimento non formale per le persone accolte in comunità residenziale.

Ibridare le comunità di accoglienza al fine di garantire alle persone accolte la possibilità di aprirsi a nuove esperienze culturali, lavorative e sociali, creando così opportunità concrete di cambiamento nello stile di pensiero e di vita.

Obiettivo: Inclusione Sociale

Attività:

Accoglienza di 2 progetti di Arte sociale:  
Circo Sociale della Cooperativa Sociale  
Tenrock

Compagnia di Danza contemporanea  
AlphaZTL

La Fabbrica del Farò accoglie nei propri spazi le attività condotte dalle due realtà artistiche del territorio. Il teatro circo Tenrock è collocato nell'area antistante la vecchia fabbrica e la compagnia di Danza

Contemporanea AlphaZTL svolge le proprie attività all'interno degli spazi interni alla Fabbrica del Farò. Il Circo sociale Tenrock è attivo con corsi di circo sociale, laboratori rivolti a famiglie per potenziare il ritorno del gioco in famiglia e la relazione genitori-figli, residenze creative, attività di scambio giovanile. La Compagnia AlphaZTL è attiva presso il progetto con residenze creative ed utilizzo di spazi per lo svolgimento di progetti di formazione Erasmus+.

Le due attività artistiche contribuiscono all'inclusione sociale e lavorativa delle persone accolte in comunità sotto differenti aspetti: possibilità per le persone accolte in comunità di partecipare gratuitamente alle attività; possibilità per le donne accolte di essere impegnate lavorativamente in attività a supporto delle iniziative; possibilità di conoscere persone di altre culture e nazionalità, lontane dagli stili di vita delle strade di quartiere dalle quali gli ospiti della comunità provengono. Questa opportunità genera la possibilità di aprire la mente verso differenti scelte di vita.





### **Gruppi target:**

- Donne
- adolescenti
- Bambini e bambine

### **Elementi di Successo - Punti di Forza:**

Sono elementi di successo di questa buona prassi work in progress:

- Il progetto è supportato da fondamenti teorici di innovazione sociale;
- Indubbio valore dato alla possibilità che l'arte contribuisca fortemente nei processi di inclusione sociale;
- Disponibilità di spazi;
- Network.

### **Elementi di debolezza- Rischi**

Tra i principali elementi di debolezza e rischio del progetto esposto troviamo la difficoltà di attribuire ruoli e responsabilità, trattandosi di una co-gestione di spazi ed attrezzature. Ulteriore rischio è quello della sostenibilità economica; è infatti essenziale che le attività generino una sostenibilità economica degli spazi.



## 11.4 BOSCH PARADE(NL)

**Nome del Progetto:**

Festival Boschparade / Progetto  
Stowaways

**Motto del Progetto:**

Una parata galleggiante di opere d'arte  
nello spirito di Jheronimus Bosch  
Il Progetto Stowaways è stato parte del  
festival ideato da Ed Santman

**Organizzazioni Leader:**

Stichting Boschparade / Leader del  
progetto specifico Stowaways, Changes &  
Chances

**Indirizzo:**

Adres Changes & Chances Gasthuisstraat  
7B

**CAP:**

5211 NP

**Città:**

Hertogenbosch

**Paese:**

Netherlands

**Contatti:**

Tel: +31 6 53998535

Email: [info@changeschances.com](mailto:info@changeschances.com)

Web site: <https://boschparade.nl>


**Descrizione delle Organizzazioni:**

La Stichting Boschparade è  
un'organizzazione senza animo di lucro  
Changes & Chances è un'ONG coinvolta  
in vari progetti europei che incrociano  
arte, educazione, cultura e società.

**Descrizioni dei PROGETTI ARTISTICI,  
Necessità, Obiettivi, Attività:**

Il Bosch Parade è una manifestazione  
artistica unica al mondo, ispirata alle  
ricchissime opere del pittore tardo  
medievale Jheronimus Bosch (1450-  
1516). Il festival si organizza da diversi  
anni, ma l'edizione del 2016 è stata  
speciale poiché ha celebrato il 500°  
anniversario dalla morte di Jheronimus  
Bosch.

Il festival può essere meglio descritto  
come una colorata fiera galleggiante. Circa  
20 artisti sono stati invitati a realizzare  
una trasposizione moderna di una delle  
opere di Hieronymus Bosch. Alcune opere  
sono poetiche e tranquille, altre sono  
colorate ed eccessive. In poco più di  
un'ora, il pubblico lungo le sponde del  
fiume Dommel è stato testimone di una  
stravagante parata sull'acqua. I progetti  
sono finanziati in parte dall'organizzazione  
Boschparade, ma molti artisti devono  
cercare finanziamenti aggiuntivi per  
realizzare opere d'arte di grandi  
dimensioni che non sono economiche.



Il progetto Stowaways, ad esempio, si è ispirato all'opera "L'Arca di Noè". È stato realizzato grazie a finanziamenti aggiuntivi dalla Fondazione Culturale Europea. Un gruppo di circa dieci ex tossicodipendenti, tre artisti e cinque volontari hanno lavorato per tre mesi alla realizzazione del progetto.

### **Gruppo Target:**

Ogni anno circa 25.000 persone vengono a vedere il festival. Il pubblico è principalmente composto dai cittadini di Hertogenbosch, ma persone da tutta Europa assistono alla manifestazione. Il Boschparade ha un forte profilo sociale. Molti artisti collaborano con diverse comunità cittadine durante la realizzazione delle loro opere. Sono coinvolte varie organizzazioni locali, ONG e i loro gruppi target, dalle scuole ai rifugiati. Nel progetto specifico Stowaways, Ed Santman ha lavorato con tossicodipendenti e alcolisti.

### **Elementi di Successo - Punti di Forza:**

Nel complesso, le opere d'arte del festival offrono una vasta gamma di pezzi insoliti, molti dei quali di grandi dimensioni. Un progetto individuale come Stowaways ha avuto successo perché durante i tre mesi di durata del progetto, i tossicodipendenti e gli alcolisti hanno lavorato insieme a volontari molto

diversificati che vivevano a Den Bosch. Questo ha dato loro una routine quotidiana e una connessione con la società, aiutandoli a fare passi verso il reinserimento sociale. Per le persone che hanno partecipato al progetto, è stata un'esperienza molto arricchente che ha permesso loro di superarsi.

L'intero festival è un successo poiché offre un tipo di arte che non si può vedere da nessun'altra parte, gran parte delle opere è accessibile e sorprendente allo stesso tempo.

### **Elementi Critici - Potenziali Rischi:**

È difficile individuare gli elementi deboli di tutto il festival. La formula è molto solida, alcune contribuzioni sono migliori di altre e alcuni artisti non hanno esperienza nel lavorare a così grande scala.

Naturalmente, il clima può essere un problema poiché il festival si svolge all'aperto.



Lavorare con organizzazioni locali presenta un'altra sfida, poiché non tutti gli artisti sono in grado di gestire un progetto così grande.


Nel progetto Polizones, la sfida è stata ottenere l'impegno del gruppo target.

All'inizio infatti, i partecipanti non riuscivano a immaginare il risultato e i passi per arrivarci.

Tuttavia, l'impegno è cresciuto giorno dopo giorno dopo che sono stati visibili i primi risultati.

Nel complesso, sono stati tre mesi di duro lavoro in una vecchia fabbrica, costruendo l'arca e lavorando con un team che diventava sempre più compatto ogni giorno.





**IL PRESENTE PROGETTO È FINANZIATO CON IL SOSTEGNO DELLA COMMISSIONE EUROPEA.  
L'AUTORE È IL SOLO RESPONSABILE DI QUESTA PUBBLICAZIONE E LA COMMISSIONE  
DECLINA OGNI RESPONSABILITÀ SULL'USO CHE POTRÀ ESSERE FATTO DELLE  
INFORMAZIONI IN ESSA CONTENUTE.**



**ART NO STOP. EL MUNDO SOCIAL AL SERVICIO DEL ARTE  
2020-1-ES01-KA227-ADU-095851**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union