



MUSAS

GUIA DE ATIVIDADES

*Dinamização cultural
para adolescentes com
perspetiva de género*



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



APDP



ANDREIA



LA CORTE
DELLA CARTA





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

Erasmus + Project, "MUSES": Strategic partnership in the field of youth 2021-2022

<https://museserasmusplus.weebly.com/>

This project has been funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Xandobela | Educación e cultura

Nerea Couselo Fernández
María Jesús (Chus) Caramés Agra
xandobela.info | info@xandobela.info

La corte della carta

Silvia Spagnoli
Magda Mantovani
lacortedellacarta.it | info@lacortedellacarta.it

APDP_Associação para o desenvolvimento de Pitões

Elisabete Carrito
Lúcia Jorge
Ana Margarida Paiva
apdpitoes@gmail.com



License: Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International
(CC BY-NC-SA 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



INDICE

Apresentação do projeto-----	4
Quem somos nós?-----	5
Características do guia-----	9

PONTO DE PARTIDA: enquadramento teórico

Conceitos chave-----	11
Valores de igualdade e equidade na cultura e nas artes-	12

ATIVIDADES INTRODUTÓRIAS

1, Adivinha o termo-----	17
2, Tuttifrutti com nome de mulher-----	24
3, Barómetro de valores-----	27
4, Jogos de tabuleiro com aparência violeta-----	30
5, Quem é ela?-----	43

ATIVIDADES DE ANÁLISE E APROFUNDAMENTO

6, Teatro da Oprimida com uma perspetiva de género---	47
7, Manifestação-----	55
8, Cinefórum com perspetiva feminista-----	61
9, O que esconde uma mulher-----	64

ATIVIDADES DE DIVULGAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO

10, Em busca de musas-----	69
11, Biblioteca Vivente-----	83
12, Memes feministas-----	87
13, Dê a volta ao guião-----	90
14, Experiências sociais-----	94
15, Sticker art para a igualdade-----	97
16, Palavra de vulva-----	101
17, Fashmob-----	109
18, Cantastorie-----	113

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O projeto "Muses" surge como resposta à necessidade de tornar visível e explorar o valor social e as oportunidades oferecidas pelo património cultural e pela arte a partir de 3 **perspetivas** necessariamente complementares:

1. Promover a transmissão da cultura e da arte como elemento patrimonial rico e diversificado, adequado na realidade de hoje como ferramenta educativa, de lazer saudável, de relacionamento social e intergeracional, com vocação integrativa, dando prioridade à igualdade de pessoas e à não discriminação baseada no género, na classe ou na idade.
2. Formar os jovens trabalhadores no domínio da educação e da cultura na utilização de estratégias de educação não formal e de investigação social para a divulgação do património cultural e da arte europeias, experimentando, renovando e melhorando as suas competências no desempenho profissional como facilitadores da participação real dos jovens; ativo e criativo e a capacitação dos jovens.
3. Divulgar e valorizar o património cultural e a arte entre os jovens públicos, com vista a apoiar o seu próprio desenvolvimento crítico, cívico e criativo, e a dotá-los de ferramentas que promovam novos cenários e espaços de expressão, canais renovados de participação, conexão e diálogo.

Para concretizar esta missão, foi concebida uma estratégia de 16 meses em que jovens entre os 13 e os 18 anos e jovens trabalhadores de Itália, Galiza e Portugal trocaram boas práticas e experimentaram novos métodos para promover a participação, a ligação e a capacitação dos jovens num processo ambicioso baseado na metodologia de formação-investigação-ação.

A questão processual foi abordada a partir de 3 conteúdos essenciais: a) foco de género e estratégias co-educativas; b) Técnicas artísticas e performativas; c) técnicas de investigação social, entrevista e recolha de testemunhos orais.

As principais **atividades** em que o projeto foi operacionalizado foram:

- Intercambio de jovens "À procura de musas" em Itália.
- Investigação, mapeamento e gravação audiovisual: como resultado deste processo, temos uma galeria de 15 vídeos onde são recolhidas experiências inspiradoras de pessoas criativas, artistas e/ou de trabalho na área cultural e artística, para confrontar preconceitos baseados no género e mostrar a diversidade e riqueza do património cultural e artístico europeu.
- Conceção, desenvolvimento e avaliação de atividades de revitalização cultural para adolescentes em cada território.
- Desenvolvimento deste guia didático "Dinamização cultural com perspetiva de género para adolescentes".

Trata-se de um projeto cujos resultados serão muito úteis para profissionais da área da educação (regulados ou não regulamentados), no campo cultural e no domínio do património, uma vez que são apoiados por uma exaustiva experimentação e avaliação, e são suscetíveis de serem aplicados nos seus contextos de intervenção. Queremos que as ações, produtos e resultados do projeto sejam inspiradores, práticos e totalmente transferíveis.

QUEM SOMOS NÓS?



La Corte della Carta é uma associação cultural, laboratório artístico e oficina de ideias que nasceu para indagar o material papel na arte, artesanato, teatro e passeios didáticos. Nasceu em Milão em 2008 e há anos colaborou com bibliotecas, escolas, espaços de lazer, câmaras municipais e outras associações e cooperativas no território Lombardo. A associação trabalha através de animações, espetáculos e laboratórios. Entre os membros da associação estão bibliotecários, artesãos, professores, atores, experimentando a flexibilidade do material de papel e as competências de cada um. A escolha do papel nasce porque é um material pobre e rico ao mesmo tempo e acessível a todos: da pequena aldeia à grande cidade, permite-nos trabalhar em torno da recuperação das tradições que se estão a perder numa grande cidade como Milão, permite-nos uma manipulação artesanal que leva à criação de objetos de arte e artesanato, permite-nos jogar e compensar algum tempo para o jogo. O teatro de marionetas, em particular, é uma área de investigação para os membros do The Court. A partir destas confluências o nosso amor pelos materiais "simples" que usamos como "contadores de histórias" nasceu. Pedagogia, arte e artesanato são áreas de investigação que estamos interessados em explorar e experimentar, infetar e infetar lugares, países e cidades em que vivemos.



APDP

APDP - Associação Para o Desenvolvimento de Pitões – foi criada em fevereiro de 2015 e surgiu da necessidade de promover atividades e desenvolver projetos que visem a preservação do património imaterial local. A APDP pretende promover a cultura do povo de Pitões, motivando e envolvendo os habitantes. Ao mesmo tempo, pretende criar infraestruturas adequadas às características da população e aos eventos a criar. A população de Pitões tem características muito próprias, que vêm da sua localização geográfica. Pitões das Júnias situa-se a 1200 metros de altitude, no extremo norte de Portugal, dentro do Parque Nacional da Peneda-Gerês, no concelho de Montalegre, Região de Barroso, província de Trás-os-Montes.



Xandobela | Educación e Cultura trabalha nas antigas áreas da cultura e na relação entre as pessoas, desde os valores e métodos oferecidos pela educação não formal, favorecendo a atitude integrativa, criativa e lúdica. Somos pessoas educadas em associações galegas, com empenho e experiência no trabalho sociocultural de base e rede de inúmeros grupos e programas, e temos uma formação ampla e variada em pedagogia, educação social, dinamização e gestão sociocultural, direção de projetos de tempo livre e educação não formal.

De uma forma especial, promovemos a leitura, a língua galega, a cultura, o património, as artes, o jogo... apostando nas suas potencialidades lúdicas, expressivas e criativas, combinando prazer com a aprendizagem e a divulgação cultural. Há muitos projetos que temos vindo a desenvolver ao longo destes anos, especializando-se no design de projetos inovadores, participativos e criativos. Pouco a pouco, estávamos a criar as nossas próprias fórmulas metodológicas, simples mas altamente eficazes na procura dos objetivos que cada projeto persegue.

CARACTERÍSTICAS DO GUIA

Trata-se de um guia didático que procura ser uma ferramenta útil e prática, com uma vontade didática, formativa e dinâmica, que integra as conclusões e competências de aprendizagem adquiridas em resultado do desenvolvimento do projeto MUSES e se baseia na experiência e estratégias e métodos testados na prática. O que se pretende é que qualquer entidade ou pessoa possa experimentar as atividades aqui detalhadas e desenhar projetos de revitalização cultural com uma perspetiva de género para adolescentes.

Trata-se de um guia estruturado e prático, cujos conteúdos são organizados em atividades introdutórias, aprofundando e análise e divulgação/consciência social, em que todos os aspetos processuais são detalhados de forma coerente, rigorosa, abrangente e didática.

Temos tentado garantir que a metodologia de todas as atividades tenha uma perspetiva reflexiva, lúdica e/ou criativa. Esta função será indicada pelos seguintes símbolos:



Atividade criativa



Atividade lúdica



Atividade reflexiva

Associamos ao longo do guia uma série de hiperligações com materiais e recursos para utilizar nas atividades, mas devem ser consideradas como orientações porque vemos interessante que cada pessoa, o pessoal docente, faça o seu próprio processo de documentação para que a implementação seja perfeitamente adaptada a cada contexto.

Estas hiperligações serão marcadas **A CORES** e ajudam a tornar o guia dinâmico e eficiente.



MUSAS

PONTO DE
PARTIDA:
ENQUADRAMENTO
TEÓRICO



CONCEITOS CHAVE

 **Estereótipos de género:** um conjunto de ideias generalizadas ou crenças socialmente construídas que ditam como devem ser, que papel devem desempenhar na sociedade e como os homens e as mulheres devem relacionar-se.

 **Preconceito:** ideia ou opinião preconcebida, geralmente desfavorável, enfrentar algo ou alguém. Não se baseia em dados objetivos, mas num sentimento negativo causado por juízos de valor e generalizações infundadas.

 **Sexismo:** Atitude ou comportamento discriminatório e desvalorizado com base no sexo ou sexo de uma pessoa.

 **Igualdade entre homens e mulheres:** igualdade de direitos, deveres e oportunidades entre mulheres e homens. O princípio da igualdade e da não discriminação em razão do sexo deve sustentar o resto dos direitos fundamentais.

 **Igualdade de género:** procura criar e introduzir medidas adaptadas e compensatórias face à evidência da desigualdade das mulheres em relação aos homens para alcançar uma verdadeira igualdade.

E o que chamamos de musa/musa neste projeto?

Para nós, são referências que superam e rompem com estereótipos baseados no género, principalmente, que os questionam implicitamente ou explicitamente e servem de inspiração e modelo.

VALORES DE IGUALDADE E EQUIDADE NA CULTURA E NAS ARTES

É importante romper com a ideia elitista, consumista e estereotipada de cultura, património e arte, ligar e integrar os elementos que participam na sua transmissão e procurar corresponsabilidade entre os agentes envolvidos quando se trata de divulgá-la sem estereótipos discriminatórios. Numa fase vital em pleno crescimento, como a adolescência, torna-se essencial conhecer os referenciais ("musas") para apoiar o seu pensamento crítico e proactivo, para o diálogo com os referenciais que superam e quebram estereótipos baseados no género, principalmente, que os questionam implicitamente ou explicitamente e servem de inspiração (criadoras de mulheres pioneiras no seu campo, pessoas que não respondem a certos estereótipos de género, que têm um discurso crítico feminista, que são portadores e transmissores do património cultural tradicional...).

O objetivo geral que procuramos é, por isso, desenvolver e renovar mecanismos e técnicas educativas para a divulgação do património cultural e da arte europeus entre os adolescentes para incentivar a sua participação, ligação e capacitação, gerando um debate crítico e criativo em torno dos estereótipos e preconceitos que rodeiam o campo cultural.

Para o efeito, antes de propor atividades específicas, a equipa muses (educadores e grupos de adolescentes dos três países) realizou um exaustivo processo de análise da realidade em que foram identificados uma série de estereótipos, preconceitos ou discriminações baseados no género no campo cultural e artístico. Preconceitos e estereótipos, manifestados sob a forma de micromachismos ou discriminações flagrantes, estão presentes em todas as esferas da vida e, conseqüentemente, a esfera cultural e artística não é poupada dela. Abaixo vamos listá-los:



- Nos centros de formação de arte, teatro, música, etc., a maioria dos alunos são compostos por mulheres. Mas, pelo contrário, os artistas mais famosos, mais expostos e mais bem pagos são os homens.
- Acontece sempre que as mulheres têm de escolher entre carreira e família, pensando que não podem desenvolver-se igualmente.
- Quando uma mulher é entrevistada, muitas vezes fazem perguntas que NÃO dizem respeito à sua área profissional, mas apenas assuntos pessoais (por exemplo: como gere a sua casa e o seu trabalho?)
- Espera-se que a artista respeite certos cânones da feminilidade, tanto na sua aparência como nas suas obras (mulher santa vs mulher diabólica).
- Uma artista que fala de sexualidade com as suas obras não é bem vista.
- Desvalorização das mulheres nos cargos de gestão e tomada de decisão.
- Preconceitos de trabalho e formação sobre o tipo de arte que as mulheres podem ou não realizar (áreas feminizadas VS áreas masculinizadas).
- Sub-representação do trabalho feminino no mundo artístico.
- Representação das mulheres na arte: historicamente há uma representação simbólica da mulher "vaso", uma mulher santa, sem proeminência política e social (com exceções por razões de classe ou de patente). Nem há mulheres artistas historiograficamente estudadas ou valorizadas.
- Preconceitos em torno do "tema" ou conteúdos da arte e da criação cultural feitos por mulheres: obras sem conteúdo interessante ou de interesse geral, amor romântico, contemplação... Paralelamente, há um processo de ridículo/banalização destes "temas" (os temas de prestígio são os "masculinos").
- Barreiras de teto de vidro nas indústrias culturais e criativas. Acesso desigual a subvenções e subsídios para os criadores.
- A ideia preconcebida de que não há homens feministas na arte ou que a visão feminista da cultura e das artes só liga as mulheres.
- Ideia preconcebida de que as mulheres não profissionalizam no campo da cultura e das artes, mas que é uma ocupação de lazer ou um hobby.
- As atividades artísticas (especialmente as relacionadas com a expressão corporal, como a dança) naturalizam-se no papel feminino.

- Menos visibilidade nos meios de comunicação.
- Ausência de referenciais (invisibilizados).
- A escala de valores e temas socialmente atribuídos ao papel masculino são valorizados, pelo contrário, os atribuídos ao feminino não são (por exemplo, uma perspectiva artística das emoções e do cuidado).
- As propostas artísticas criadas pelas mulheres são duplamente questionadas e sofrem de tratamento paternalista. Isto também restringe a liberdade de expressão artística.
- A idade e outras características ou condições somam-se a novos elementos de discriminação para as mulheres.
- Aplicar a perspectiva de género de forma reducionista ou desorientada. Por exemplo, a redução do foco de género no cumprimento das (necessárias) quotas de representação feminina, social e politicamente correta.

Mas o que significa aplicar a perspectiva de género? Implica assumir que o género é uma categoria social que deve ser considerada em qualquer análise e intervenção, evidenciando sempre quais são as consequências e condições de ambos os sexos e como estão as relações entre eles. A abordagem de género permite-nos interpretar a realidade de forma a orientar a intervenção e transformar a sociedade com base na justiça social e no compromisso de alcançar uma relação equitativa entre géneros.

Podemos incorporar a abordagem de género no lazer do coletivo adolescente seguindo as recomendações metodológicas que são resumidas, como slogans, na seguinte **infografia**:

CONSELHOS METODOLÓGICOS PARA
TRABALHAR COM ADOLESCENTES
COM PERSPECTIVA DE GÉNERO



**RECOMENDAÇÕES METODOLÓGICAS
PARA TRABALHAR COM ADOLESCENTES
COM PERSPECTIVA DE GÉNERO**



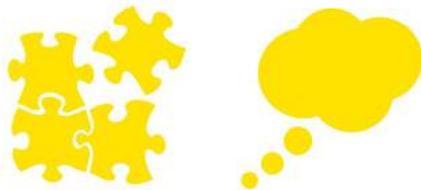
MUSAS

ATIVIDADES
INTRODUTÓRIAS





ADIVINHA O TERMO



Esta dinâmica visa chegar ao jovem coletivo conceitos-chave em termos de género de forma lúdica e divertida. A participação pode ser individual ou o grande grupo pode ser dividido em dois ou mais subgrupos. A cada participante/grupo é dado um botão de pressão. Esta pode ser uma panela com uma colher de madeira, conchas de vieira, alto-falante/buzina, um par de paus..., qualquer elemento doméstico que produz som no primeiro movimento. A favor de tornar a dinâmica num formato que possa ser mais atrativo para a participação dos jovens, recomenda-se simular a dinâmica de um programa-concurso de televisão.

Materiais:

- Computador + projetor + suporte para projetar ou imprimir infografias.
- Botões.

Duração:

1 hora.

Espaço:

Recomenda-se um espaço confortável equipado com mesas e cadeiras.

Alvo:

Para pessoas entre os 12 e os 17 anos. Sem limite de participantes.

O facilitador/a da atividade fornecerá pistas sobre um termo para adivinhar. Estas pistas serão peças incompletas da definição ou exemplos dos termos a adivinhar. Quando uma pessoa ou participante em grupo pensa saber o termo que está a ser apresentado, deve ativar o botão para tentar a sua sorte com a sua resposta. Se a resposta oferecida pelo grupo/participante não estiver correta, existe a possibilidade de 'saltar' para o resto das equipas/pessoas. Quando alguém obtém a resposta certa, o facilitador da atividade explicará o conceito com mais detalhe, confiando em imagens ou infografias que o ilustram para reforçar a sua assimilação, convidando os participantes a intervir através da partilha das suas reflexões e experiências.

Pode aproveitar o momento de resolução do termo para apresentar e descartar os falsos tópicos existentes à sua volta.

Vamos dar o exemplo de que o termo a adivinhar é "micromachismo". As pista a dar poderiam ser:

1. É uma forma de violência sutil ou cotidiana que passa despercebida e perpetua a desigualdade das mulheres contra os homens e está na base da pirâmide de outras violências mais evidentes.
2. Uma piada machista como 'o que uma mulher faz fora da cozinha? Turismo' ou "mulher ao volante, perigo constante" diz que encoraja esta violência todos os dias.
3. O ícone da casa de banho masculina e feminina é outro exemplo disso: o ícone do mudar está na das mulheres.
4. Exemplos de expressão deste tipo são comentários ou pensamentos como: "é um tipo com carácter" dirigido a um rapaz / 'de certeza que está naqueles dias ...' dirigido a uma rapariga perante uma demonstração de raiva", "se a Maria liga muito é uma prostituta, se o Manuel o faz é un 'donjuán'.

Quando alguém obtiver a resposta certa, a imagem será mostrada com a **definição do termo** e, em seguida, **esta infografia** com exemplos da mesmo, a partir dos quais podemos incentivar cada participante a partilhar as suas experiências a este respeito.

Proposta de relação de termos com a sua correspondente lista de pistas e imagens que ilustram o conceito:

PATRIARCADO

(1) Um termo que historicamente tem sido utilizado para designar a organização social em que o chefe masculino da família é aquele que exerce o poder e detém o património. No seu sentido literal, significa "a regra dos pais".

(2) Atualmente, é utilizado para se referir a qualquer tipo de organização social em que os homens tenham uma situação de supremacia sobre as mulheres.

(3) É um conceito que reflete a situação de poder e privilégios de que gozam os homens e a opressão e discriminação exercidas pelas mulheres na nossa sociedade.

(4) Trata-se de um sistema estabelecido na nossa sociedade cujos mecanismos são introduzidos no inconsciente das pessoas ao longo da sua vida, fazendo com que naturalizem ou normalizem. Esta forma de subordinação das mulheres aos homens é evidenciada, por exemplo, em cânones estéticos e papéis de género.

(5) Algumas das características com que é hoje apresentada são: a divisão sexual do trabalho e o fosso salarial, a justificação do assédio e da violência e a colocação em foco e o questionamento da vítima, os papéis de género com que somos educados, etc.

(6) Não se trata de um caso isolado, chama-se... "PATRIARCADO". A violência e a discriminação sofridas pelas mulheres (também homens que não cumprem os papéis de género que a sociedade entende que lhes correspondem e outras identidades de género) não são casos particulares. Há um sistema estrutural por trás dele que, embora nos seja apresentado de diferentes maneiras de acordo com a nossa classe social, orientação sexual, origem..., tem o mesmo passado.

Imagem tirada do perfil de Twitter da Flauta Ana Profe:

(<https://twitter.com/profefrauta/status/632302973696217088?lang=fi>)

Imagem de Café Feminista Huelva (https://1.bp.blogspot.com/-jthJ_59alcE/WHFMGN8YwGI/AAAAAAAAABBY/RUS934V0mpIMbYc86keBzqM7AbAgpZDJgCLcB/s1600/PATRIARCADO.jpg)



FEMINISMO

(1) É um movimento social, político, ideológico e filosófico que procura romper com as desigualdades por uma certa razão.

(2) O seu objetivo é libertar-se dos padrões patriarcais, procurando a igualdade de oportunidades através da equidade entre as pessoas, isto é, tendo em conta as condições a partir das quais cada um começa.

(3) Movimento que supõe a consciência da opressão patriarcal sofrida pelas mulheres que as move para a ação para a libertação do seu sexo com todas as transformações da sociedade que ela exige.

(4) Uma das primeiras conquistas deste movimento foi a conquista do direito de voto também para as mulheres e, desde então, não deixou de lutar pela igualdade jurídica e social das mulheres.

(5) É um movimento social que apela às mulheres para que reconheçam as competências e os direitos que tradicionalmente são reservados aos homens. Ou seja, procura direitos iguais entre os sexos.

Imagem extraída de @nachoanon

<https://mobile.twitter.com/Nachoanon/status/1105079240200986625>

Imagem extraída do site cuantarazon.com.

<https://www.cuantarazon.com/1001934/no-confundir-lo-que-algunos-dicen-con-la-verdad>

ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO

(1) São o conjunto de ideias generalizadas ou crenças socialmente construídas que ditam como devem ser, que papel deve a sociedade desempenhar e como os homens e as mulheres devem relacionar-se.

(2) Um exemplo disto é: a mulher deve ser carinhosa, delicada, bonita, passiva e o homem forte, corajoso, líder, independente...

(3) A diferença na forma como personagens como Cinderela ou Branca de Neve são apresentadas contra o Super-Homem ou o Batman.

Imagem extraída do site da Associação Rea.

<https://www.asociacionrea.org/wp-content/uploads/2019/12/estereotipos-HM-1.png>

SORORIDADE/IRMANDADE

(1) Palavra que vem do latim "soror" que significa irmã.

(2) Uma das práticas frequentes do patriarcado tem sido manter as mulheres afastadas umas das outras: "dividir e conquistar". Incutem em nós sentimentos negativos em relação a outras mulheres, competitividade, inveja, vingança. Este termo propõe o contrário.

(3) Procura uma aliança mútua e um apoio entre as mulheres para contribuir para ações específicas para alcançar a igualdade através do empoderamento feminino. Ou, nas palavras da antropóloga e política mexicana Marcela Lagarde (seleção de artigos da web www.mujiresenred.net:

<https://www.mujiresenred.net/spip.php?auteur457>), um dos maiores estudiosos e promotores do conceito em espanhol, que o define como "o apoio mútuo das mulheres para alcançar o poder de todos".

(4) Este conceito implica deixar de ver outras mulheres como concorrência, mas como aliança. Por exemplo: face à infidelidade, pare de atribuir culpa às roba-homes, porque para que isso aconteça precisa de duas pessoas e é o seu parceiro que deve responder aos acordos que estipulou na sua relação.

(5) Um caso de aplicação prática do conceito não é permitir justificações de assédio ou violência contra outras mulheres ou duvidar dos seus testemunhos. Profaneça completamente o pensamento de "ela procurou-o" e deu-lhe o apoio e ajuda que lhe pode oferecer.

(6) Aplico este conceito quando me errar: criticar, ofender, gozar, incriminar, gerar mexericos, violar, atacar, humilhar, julgar, excluir... para outras mulheres.

Imagem tirada do perfil de Facebook da Anigram.

<https://m.facebook.com/anigrammx/photos/a.1731313573822835/2390776441209875/?type=3&source=57>

Imagem tirada do Facebook do Instituto Estadual de Mulheres de Nuevo León.

<https://www.facebook.com/MujeresNL/photos/practicar-la-sororidad-es-una-tarea-de-todas-las-mujeres-as%C3%AD-como-promoverla-ent/1095544147491107/>

PIONIERA

(1) Pessoa que dá os primeiros passos em alguma atividade humana.

(2) Mulheres que romperam com os moldes estabelecidos e abriram caminhos nunca antes percorridos por mulheres.

(3) A Concepción Arenal (a primeira mulher a frequentar uma universidade espanhola porque o acesso a ela não era permitido para as mulheres e teve de o fazer em vestido masculino) pode ser um exemplo disso.

Post divulgado a partir do perfil de Facebook da artista Eva Casais.

<https://www.facebook.com/evacasais.art/posts/136727515125143/>



TETO DE VIDRO

(1) O facto de quase não conhecermos presidentes de governo ou diretores de multinacionais tem a ver com esta realidade.

(2) Trata-se de uma barreira invisível, muito difícil de ultrapassar, o que dificulta às mulheres, apesar de terem a mesma qualificação e mérito que os seus pares, o acesso às elevadas posições de poder nas organizações, na política e nas empresas.

(3) Uma das razões pelas quais este fenómeno ocorre é a crença estereotipada de que cabe às mulheres cuidar do lar e da família, pelo que se presume que terão de lidar com a reconciliação do trabalho e da família, ao mesmo tempo que terão um maior compromisso de trabalho porque estão livres deste e menos ausência do trabalho. Isto significa que as empresas penalizam as mulheres por serem mães.

(4) Alguns dos estereótipos que moldam este conceito são: "as mulheres têm medo de ocupar posições de poder", "as mulheres não estão interessadas em ocupar cargos de responsabilidade", "as mulheres não podem enfrentar situações difíceis que requerem autoridade e poder", "estão menos preparadas", "as mulheres são emocionais e não têm competências iderazgo, ao contrário dos homens que são mais racionais". tornando as mulheres "inelegíveis" para posições de poder e responsabilidade.

(5) Outro fator importante para que este fenómeno ocorra é a ausência de referenciais femininos que o rompem e que as próprias mulheres assumem este estereótipo interiorizando-o, repetindo-o quase sem o questionar e como se fosse o resultado das suas próprias escolhas.

Glossário feminista da teia archivofeminismosleon.org.

<https://www.archivofeminismosleon.org/glosario-feminista/>

Imagem tirada do perfil do Twitter de "Promoção Política das Mulheres".

<https://twitter.com/ppmnacional/status/1359176283171786759>

REIFICAÇÃO

(1) É uma forma de violência sexista que é difícil de identificar.

(2) Encontramo-lo diariamente em anúncios, no cinema, na letra das canções, no tratamento jornalístico que as mulheres recebem, em trajes infantis e em ofertas lúcidas e de brinquedos para meninas e rapazes, alguns uniformes escolares, em ofertas de emprego e nos uniformes de alguns estabelecimentos, no vocabulário, etc.

(3) Uma das suas consequências é que faz com que a ideia de que as mulheres estejam disponíveis para serem utilizadas quando e como lhes convém ser instaladas no imaginário individual e coletivo e, além disso, que não têm nada a dizer.

(4) É a utilização feita de mulheres, o conceito de mulher ou a sua imagem, total ou parcial, para fins que não a dignificam como ser humano. Esta prática desumaniza



as mulheres e mostra-as como coisas, objetos não-pensantes que podem ser expostos, explorados e usados como desejados. A forma mais frequente é a de natureza sexual, que transforma a mulher num objeto sexual à disposição do homem.

Alfabeto feminista do ilustrador esCarolota, extraído da culturainquieta.com web. <https://culturainquieta.com/es/arte/ilustracion/item/13917-a-de-alergia-al-machismo-el-abecedario-feminista-de-escarolota.html>

Vídeo da campanha sobre a objectificação da rede de atrizes chilenas. <https://www.youtube.com/watch?v=IRPIHVlj1-4>

AMOR ROMÂNTICO

(1) É um dos instrumentos mais poderosos para controlar e subjugar as mulheres.

(2) Vendem-na como a relação ideal a que devemos aspirar e parte do pressuposto de que me faltam coisas que outra pessoa tem de completar.

(3) Defenda o ciúme como demonstração do amor, a necessidade de encontrar a sua melhor metade, *amores próximos a paixão mais amada* e eterna, o amor pode com tudo e é para sempre, etc.

(4) Pode ser visto em muitas obras literárias e cinematográficas que apresentam o processo de relacionamento do segundo casal esta sequência: Amor deslumbrante (à primeira vista), conquista, rendição apaixonada interrompida por terríveis infortúnios, mal-entendidos, obstáculos de todos os tipos, e depois de grandes sacrifícios, julgamentos de amor e fusão com o outro, o final feliz onde tudo é esclarecido e caminha para uma felicidade gloriosa.

Notícias do jornal micidadreal.com e imagem da Assembleia Feministas Ciudad Real. <https://www.micidadreal.es/2015/02/09/no-cuentos-cuentos-feminismos-se-concentrara-el-dia-de-san-valentin-en-contra-del-amor-romantico/>



2



TUTTIFRUTTI COM NOME DE MULHER



É uma versão do jogo clássico que tem várias denominações em toda a geografia mundial e foi posteriormente comercializado sob o nome de "Scattergories". Trata-se de tentar escrever num determinado momento o maior número possível de palavras ou referências relacionadas com uma lista de categorias previamente estabelecidas e que começam com a mesma letra.

Apenas uma folha de papel e um lápis ou caneta são necessários por participante. Na folha estão escritas em colunas as categorias que queremos trabalhar: mulheres atletas, mulheres cientistas, mulheres atrizes, mulheres escritoras, mulheres políticas... À voz de "já" uma das pessoas começa a soletrar para si mesma o alfabeto e vai parar quando outra pessoa diz "Stop!": a letra em que ela parou será a inicial pela qual terão de começar os nomes das mulheres a escrever em cada uma das categorias escolhido. Será o grupo que decidirá se será o primeiro nome, apelido, pseudónimo, ou qualquer uma destas opções, a válida para completar a lista. Quando a pessoa que escolheu a letra disser em voz alta "Tempo!", o jogo vai começar. A ronda termina quando um dos jogadores grita "Tutti frutti!" e conta até dez. Quando terminar a contagem, irá escrever as pontuações para cada categoria:

Materiais:

Folhas, canetas ou lápis.

Duração:

30 minutos.

Espaço:

Recomenda-se um espaço confortável equipado com mesas e cadeiras.

Alvo:

Para grupos de até 16 pessoas, com idades compreendidas entre os 12 e os 17 anos.



- 0 pontos: se nada tiver sido escrito ou se o nome for inválido ou incorreto.
- 5 pontos: se o nome for válido mas tiver sido escrito por mais de uma pessoa.
- 10 pontos: se o nome for válido, mas há mais pessoas com essa categoria completadas com outras mulheres diferentes.
- 20 pontos: se o nome for válido e nenhum outro jogador tiver completado a categoria.

Os pontos são adicionados e começa-se de novo com a escolha de uma nova letra da mesma forma que foi descrito acima. Se a letra já saiu, o procedimento é repetido até que uma nova letra seja encontrada.

Pode jogar o máximo de rondas que quiser. No final, são adicionadas as pontuações de cada ronda e ganha quem tiver mais pontuação.

Pode ser usado para apresentar mulheres que foram referenciadas no jogo e que não são conhecidas pelo grupo.

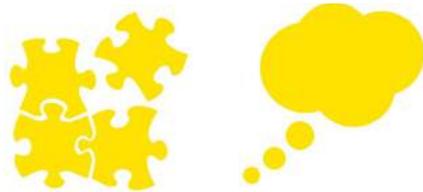
Pode ser utilizado em espaços de lazer e no ambiente educativo ou familiar, ou como uma atividade introdutória em sessões de aprofundamento, para demonstrar o conhecimento (amplo ou pequeno) que se tem sobre referenciais femininos em diferentes áreas ou profissões. A pergunta pode ser feita: "O que aconteceria se jogássemos com referências masculinas?"

3

BARÓMETRO DE VALORES



MUSAS



É uma atividade recreativa muito eficaz para introduzir o tema da dinâmica de género com o seu grupo de trabalho: em primeiro lugar, permite-lhe começar a conhecer os pontos de vista dos participantes, para "medir" (daí o nome "barómetro") as ideias iniciais, conhecimentos e posições de cada um no que diz respeito ao tema que é proposto.

Além disso, ao apresentarem-se sob a forma de um jogo de grupo, os participantes sentir-se-ão encorajados a expressarem-se sem medo do julgamento dos outros. Finalmente, esta atividade também é muito útil para o próprio grupo, pois permite que todos conheçam o ponto de vista dos outros.

Ações preliminares:

Se na sala que está sendo usada há mesas e cadeiras, liberta o espaço para ter uma grande área livre de obstáculos. Em seguida, com fita adesiva, folhas e marcadores, o autor criará uma espécie de barómetro no chão: uma linha graduada com fita adesiva; em cada grau, colocará uma folha com as seguintes palavras bem visíveis: "discordar totalmente", "discordar um pouco", "indiferente", "concordar muito", "concordar totalmente".

Materiais:

Fita de papel, folhas de papel, marcadores

Duração:

30 minutos para preparação,
30 minutos para a atividade

Espaço:

Uma sala espaçosa

Alvo:

Adultos e jovens de 14 anos



A pessoa condutora terá também de realizar pesquisas preliminares e recolher dados sobre: desigualdades de género no mundo do trabalho e nos vários sectores da arte; os estereótipos de género mais difundidos; debates relacionados com a feminização de funções profissionais, etc. recolhidos de pesquisas e pesquisas recentes. Em seguida, reescrevê-las-á sob a forma de declarações, como "As quotas das mulheres são necessárias para superar as diferenças de género", ou "Uma mulher deve escolher entre a família e a carreira". Pode escolher declarações muito detalhadas e precisas, ou algumas mais engraçadas e genéricas, como: "Há profissões de homens e profissões de mulheres".

Após estes passos preparatórios, a atividade real com o grupo pode começar. Um após o outro, a monitora apresenta as declarações selecionadas ao grupo e incentiva os participantes a posicionarem-se no barómetro de acordo com o seu grau de acordo ou desacordo com a declaração apresentada. A apresentadora convida todos a posicionarem-se de forma bastante instintiva, sem pensar demasiado e depois, uma vez posicionadas, poderá promover uma breve reflexão e discussão sobre o que surge: existe homogeneidade entre o posicionamento dos participantes? Existe alguma posição que esteja longe das outras? Que crenças caracterizam os membros do grupo? Existe algum aspeto que precise de ser explorado para clarificar melhor o tema proposto?

Pode ser muito útil para a pessoa condutora registar o progresso do jogo, através de uma grelha na qual indicar as posições das várias declarações: isto permitirá ter um acompanhamento dos valores iniciais que caracterizam o grupo e calibram com maior precisão as próximas atividades a propor. Pelo que surgiu, a condutora poderá definir melhor em que aspetos se aprofundar e quais desenvolver.



4



MUSAS

JOGOS DE TABULEIRO COM APARÊNCIA VIOLETA



Propomos uma lista de jogos de tabuleiro com uma perspectiva feminista a ser usada em espaços de lazer para jovens e no ambiente educativo ou familiar. Também podem ser usados como uma atividade introdutória em sessões de aprofundamento.

Materiais:

Jogos de tabuleiro.

Duração:

Cada jogo tem a sua duração correspondente.

Espaço:

Recomenda-se jogar em espaços confortáveis com mesas e cadeiras.

Alvo:

Cada jogo tem as suas recomendações sobre idades e o número de jogadores/as.



Suffragette

- **Número de pessoas:** 2
- **Idade:** a partir dos 14 anos.
- **Duração:** 30 minutos.
- **Autoria:** WSPU
- **Ilustrações:** N/A



Trata-se de um jogo de tabuleiro publicado no Reino Unido em 1908 pela União Social e Política das Mulheres (WSPU), cujo objetivo era representar a ideologia feminista como apoio ao movimento sufragista.

Pode servir para divulgar a luta feminista do início do século XX.

Atualmente não é comercializado, mas há a versão em "Print & Play" neste link: <https://www.playsuffragetto.com/print>.

Mais informações: <https://www.playsuffragetto.com/>.

Nobel run

- **Número de pessoas:** 2-4
- **Idade:** dai 10 anni
- **Duração:** 30 minutos
- **Autoria:** Pablo Garaizar e Lorena Fernández, no âmbito do projeto Gearing Roles da Universidade de Deusto.
- **Ilustrações:** Iñigo Maestro



Nobel Run é um jogo de cartas, mais especificamente construção de deck, cuja missão é que o seu grupo de cientistas e inventores consiga ganhar o Prémio Nobel construindo uma grande carreira profissional à medida que uma equipa de investigação é gerida, artigos são publicados, fundos e financiamento são obtidos...

Mais informações: <https://gearingroles.eu/nobel-run/>

Little office

- **Número de pessoas:** 1-10
- **Idade:** +4 / +7 / +9
- **Duração:** 10-30 minutos
- **Editorial:** Little Revolutions.
- **Autore:** Marta Escarrà e Cristina Vila
- **Ilustrações:** Marta Escarrà



Little Office tem cinco modos de jogo, em que estereótipos de género em comércio e profissões são descartados: "Equimemo" é um jogo de memória; "Equimim" é um jogo de mimica; "Violet Office" em que se emparelham cartas; "Skiboo", para resolver desafios; e "Equipic", um jogo de desenho.

Mais informações: <https://little-revolutions.com/comprar-little-office-2/>

Herstóricas pioneras (“Herstoricas pioneiras”)

- **Número de pessoas:** da 2 a 99
- **Idade:** a partir dos 4 anos.
- **Duração:** 10 minutos
- **Editorial:** Herstóricas
- **Autoria:** N/A
- **Ilustrações:** Autoras de Cómic



Trata-se de um jogo de tabuleiro formado por 60 cartas (30 personagens femininas do estado espanhol), em que, através de várias modalidades de jogo (memória, velocidade, adivinhação), as contribuições das mulheres que estavam a abrir o caminho na história são tornadas visíveis.

Mais informações: <https://herstoricas.com/>

<https://mujeresconciencia.com/2019/01/11/juego-de-cartas-herstoricas-pioneras/>

Las brujas de Farrabús (“As bruxas de Farrabús”)

- **Número de pessoas:** 1-4
- **Idade:** a partir dos 6 anos.
- **Duração:** 30 minutos
- **Editorial:** Ekilikua
- **Autoria e Ilustrações:** Eneko González



É um jogo de cooperação que consiste em desfazer o feitiço que o príncipe azul do Reino de Farrabús pediu ao mágico para que a sua noiva a princesa se comportasse como as princesas dos contos e que, erroneamente, acaba por afetar todas as pessoas da aldeia. Com a ajuda das bruxas, os jogadores terão de conseguir que os elementos mágicos revertam o feitiço.

Mais informações: <https://www.ekilikua.com/juegos/juegos-cooperativos/las-brujas-de-farrabus>.

Feminismos reunidos

- **Número de pessoas:** 2-10 (por equipa)
- **Idade:** a partir dos 14 anos.
- **Duração:** 60 minutos
- **Editorial:** Sangre Fucsia
- **Autoria:** Sangre Fucsia



Uma versão do famoso Trivial com perguntas sobre o movimento feminista distribuído em seis categorias:

- **Academia:** Grandes referências teóricas.
- **Rua:** Movimentos sociais e ativismo.
- **Corpos:** Sexualidade, saúde, LGBTQ e transfeminismos.
- **Cultura:** Contribuições das mulheres no campo cultural.
- **Direitos:** Avanços em questões legais, políticas e de direitos.
- **Herstory:** Biografias de mulheres importantes e geralmente invisíveis.

Mais informações:

<https://sangrefucsia.wordpress.com/feminismos-reunidos/>

Romperoles

- **Número de pessoas:** 2-10 (por equipa).
- **Idade:** a partir dos 12 anos.
- **Duração:** 20 minutos
- **Editorial:** Apunts
- **Autoria:** Apunts



É um jogo de cartas que visa educar para a igualdade de género através da linguagem feminista e da terminologia que ajudará a reconhecer situações e/ou atitudes que acontecem diariamente e que as mulheres sofrem.

Este produto é fabricado em Apunts, um centro de trabalho especial.

Mais informações: <https://shopapunts.org/es/igualdad-de-g%C3%A9nero/romperoles.html>.

El misterio de las mujeres invisibles (“O mistério das mulheres invisíveis”)

- **Número de pessoas:** 1-5
- **Idade:** a partir dos 7 anos.
- **Duração:** 30 minutos
- **Editorial:** Ekilikua
- **Autoria e Ilustrações:** Eneko González

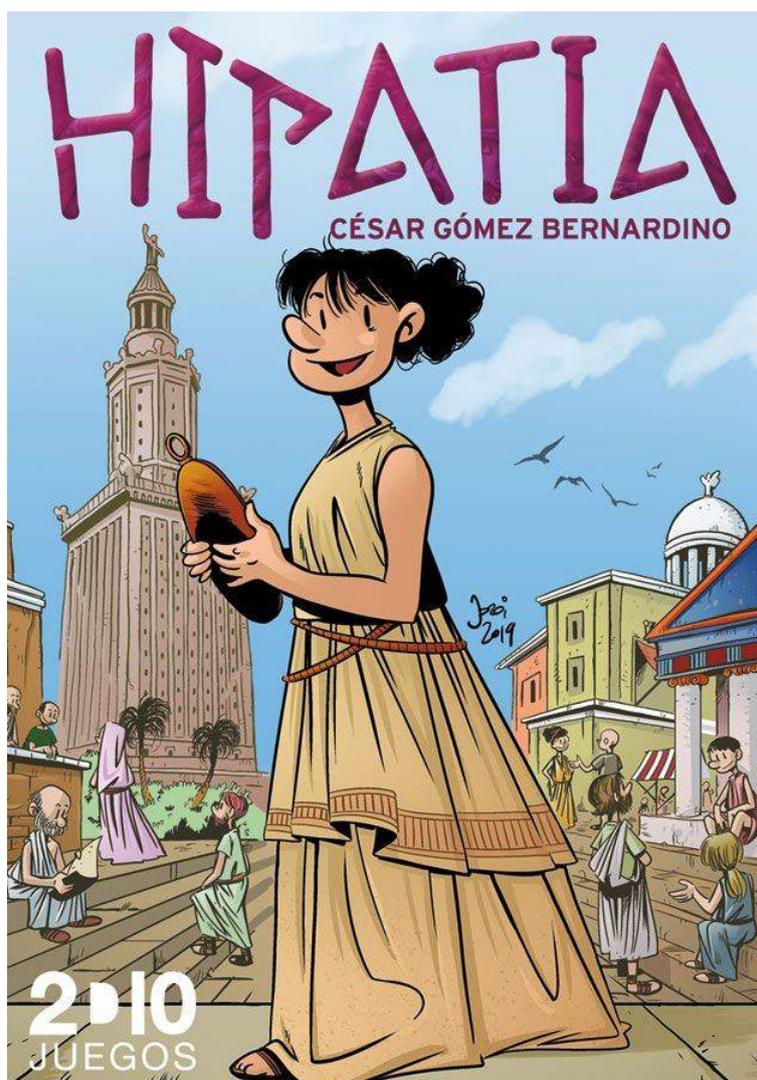


Apresenta seis formas de jogos em que teremos de resolver diferentes desafios de forma cooperativa para tornar visíveis mulheres importantes de diferentes épocas no Museu de História e Arte Universal: estratégia, dados, cartões, memória, observação...

Mais informações: <https://www.ekilikua.com/juegos/juegos-cooperativos/el-misterio-de-las-mujeres-invisibles>

Hipatia

- **Número de pessoas:** 2, 3, 4
- **Idade:** a partir dos 12 anos.
- **Duração:** 30 minutos
- **Editorial:** 2D10Games
- **Autoria:** César Gómez Bernardino



É um jogo de cartas de maiorias onde se compete para ser discípulo do famoso filósofo Hypatia de Alexandria.

Mais informações:

<http://www.2d10juegos.com/portfolio/hipatia/>

Cósmica

- **Número de pessoas:** 2-4
- **Idade:** a partir dos 14 anos.
- **Duração:** 30 minutos
- **Autoria e Ilustrações:** Claudia Palazón Añón

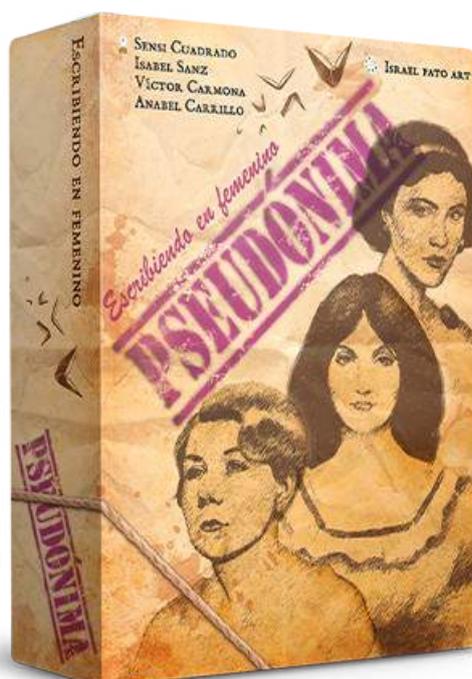


É um jogo criado por um aluno como Projeto de Grau Final de Design Integral e Gestão de Imagem da Universidade Rey Juan Carlos, que faz uma viagem pela história do feminismo e das mulheres, repleta de obstáculos e dúvidas. Funciona através do chatbot, que pode ser acedido a partir do Facebook Messenger, que guia os jogadores através do tabuleiro.

Mais informações: <https://graffica.info/cosmica-un-juego-de-mesa-feminista/>

Pseudónima y Pseudónima II: escribiendo en femenino ("Pseudonima e Pseudonima II: escrita em feminino")

- **Número de pessoas:** 2, 3, 4
- **Idade:** a partir dos 8 anos.
- **Duração:** 30 minutos
- **Editorial:** Tero ediciones.
- **Autoria:** Isabel Sanz, Sensi Cuadrado, Víctor Carmona, Anabel Carrillo
- **Ilustrações:** Israel Pato Art



É um jogo de cartas com papéis ocultos no qual é preciso adotar um pseudónimo para criar combinações de escritoras e, com as suas influências, criar uma obra melhor do que as outras.

Este jogo é um recurso para ensinar literatura enquanto se reivindica a figura das mulheres relevantes.

Mais informações:

<https://www.teroediciones.com/tienda/pseudonima-ii-escribiendo-en-femenino/>

Outros jogos:

Rompetabús:

<https://shopapunts.org/es/juegos-regalos/juegos/rompetabus.html>

Mujeres con ciencia ("Mulheres com ciência"):

<http://mujeresconciencia.com/app/uploads/2019/02/imagenes-cc.pdf>

Recursos e fontes:

<https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/juegos-de-mesa-educar-igualdad-de-genero/>

<https://www.serpadres.es/3-6-anos/educacion-desarrollo/fotos/juego-de-mesa-que-educan-en-el-feminismo-y-la-igualdad-951580815253/5>

<https://bebeamordor.com/juegos-de-mesa-y-equidad-de-genero/>

https://www.ivoox.com/plap-02-patriarcado-no-gracias-con-anucaica-audios-mp3_rf_43947553_1.html



5



QUEM É ELA?



Trata-se de construir uma versão feminista do clássico jogo "Quem é quem". Existem algumas opções no mercado, mas o mais pertinente da proposta é que o grupo de adolescentes investigue e faça a sua própria seleção de mulheres para lhes prestarem homenagem durante o jogo. Uma vez construído, pode ser usado em espaços de lazer e no ambiente educativo ou familiar.

O jogo será composto por duas placas com janelas retrácteis com retratos de diferentes mulheres (os mesmos retratos mas colocados em disposições diferentes) e cartões duplicados com estes retratos. Cada jogador/a escolhe aleatoriamente uma destas cartas: será a mulher que a pessoa oponente terá de adivinhar com base em perguntas cuja resposta é "sim" ou "não" e descartar as mulheres que não correspondem às características que estão a ser descobertas. O importante desta proposta é que as perguntas se refiram aos seus feitos, não à sua aparência física.

A proposta é desenvolvida em três sessões de três horas cada.

SESSÃO 1: Investigação

Propõe-se que investiguem e seleccionem 28 mulheres relevantes na história pelas suas conquistas, com o slogan de que sejam mulheres de diferentes nacionalidades, profissões, épocas históricas... Quanto mais variedade, melhor.

Materiais:

Internet, Cartão e cartolinas brancas, Tintas acrílicas, marcadores, lápis, borrachas, X-acto e tesoura, Fita-cola ou cola, Impressora (opcional).

Duração:

Três sessões de 3 horas cada.

Espaço:

Recomenda-se um espaço confortável equipado com mesas e cadeiras.

Alvo:

Para grupos de até 16 pessoas, com idades entre os 12 e os 17 anos.



Quando a seleção for feita, far-se-há um descarregamento de dados para chegar a acordo sobre quais as categorias de informação que queremos refletir nos elementos do jogo, uma vez que têm de ser os mesmos para todas as mulheres. Algumas ideias são: origem, campo profissional, século em que viveu, realizações particulares...

SESSÃO 2: Design de jogos e construção

Opção a)

A opção mais simples e rápida é aproveitar as placas do jogo "Quem é quem" propriamente dita: existem versões muito baratas e só terias de fazer as novas cartas com as dimensões apropriadas e substituí-las. Para fazer as cartas tem que imprimir os retratos ou desenhá-los e adicionar de forma sintética a informação que pretende destacar sobre as mulheres juntamente com o seu nome. Paralelamente, os cartões portáteis são feitos com estes mesmos dados, mas nos quais podem ser expandidos com informações mais detalhadas.

Para facilitar a recolha de dados, os símbolos podem ser projetados para as diferentes categorias de informação: nacionalidade com um globo, era histórica com uma ampulheta...



Opção b)

Se queremos construir o jogo do zero de uma forma simples, também precisamos de cartão, x-actos e cola.

Desenhamos o tabuleiro em que desenhamos ou colamos o retrato das mulheres com os seus dados em quatro filas de sete com uma separação de pelo menos dois centímetros entre elas em todas as direções. São cortados com o x-acto calmamente pela extrema direita, esquerda e superior, para que possam ser levantados como se fossem lapelas e marcar a dobra cuidadosamente. Esta placa é colada de cabeça para baixo para outro cartão com as mesmas dimensões, tentando deixar as abas livres com os retratos das mulheres: desta forma, os flaps podem ser levantados deixando os retratos visíveis. Este processo é duplicado para ter duas placas, uma por pessoa jogadora. Lembre-se de organizar os retratos em diferentes posições. Os cartões de mão são feitos da mesma forma que discutidos na opção a).

Imagens a inspirar: <https://playeress.com/products/paper-whos-she-game>

SESSÃO 3: Continuação da construção e teste do jogo

Ao longo desta sessão, os trabalhos iniciados na sessão 2 podem ser concluídos.

Uma vez terminado o processo de construção, o jogo será testado para verificar se tudo funciona bem e para poder fazer as adaptações adequadas no caso de ser necessária qualquer melhoria.



MUSAS

ATIVIDADES

DE ANÁLISE E
APROFUNDAMENTO





TEATRO DA OPRIMIDA COM PERSPETIVA DE GÉNERO



O que é o Teatro da Oprimida?

"O Teatro da Oprimida, doravante Td'O, é um método que é desenvolvido em diferentes técnicas que partilham o propósito comum de promover e apoiar ações para emancipar a opressão de indivíduos e grupos¹". O nascimento e desenvolvimento de Td'O está ligado à figura de Augusto Boal². Os exercícios e jogos por si desenvolvidos são úteis em contextos de educação não formal, uma vez que visam a consciencialização e capacitação dos

participantes num contexto formativo não autoritário, em que o "teatro" não pretende ser apenas um resultado estético para mostrar ao público, mas que o teatro é por si só o processo criativo coletivo que é levado a cabo.

O Td'O é composto por sete técnicas (Jogos-Exercícios, Teatro-Imagem, Teatro-Fórum, Teatro-Jornalista, Teatro Invisível, Arco-Íris do Desejo, Estética da Oprimida) que têm em comum o objetivo de investigar as "opressões" dos indivíduos e do grupo e ensiná-los para elaborar possíveis soluções de emancipação. O termo "opressão" significa qualquer relação concreta entre indivíduos pertencentes a diferentes grupos sociais que beneficie um grupo à custa de outro.

Materiais:

Papel e lápis ou marcadores

Duração:

1h30, incluso com mais reuniões

Espaço:

Espaço exterior ou interior, desde que seja acolhedor e lhe permita trabalhar com tranquilidade.

Alvo:

Grupos com pelo menos 6 participantes, com mais de 15 anos

1 Gigli A., Tolomelli A., Zanchettin A., *Il teatro dell'oppresso in educazione*, Carocci Editore, 2011, Roma, p.28

2 Per approfondire la biografia di Augusto Boal:
https://en.wikipedia.org/wiki/Augusto_Boal

Neste sentido, as técnicas de Td'O prestam-se perfeitamente para serem usadas para refletir sobre questões relacionadas com estereótipos e discriminação de gênero, tanto com grupos de adolescentes como adultos/as.

A **sessão** Td'O pode ser estruturada da seguinte forma:



1. Uma primeira parte dedicada aos exercícios de "desmecanização": são jogos simples que permitem quebrar todos os automatismos que caracterizam os movimentos do corpo e, conseqüentemente, também ajudam a formar a criatividade cognitiva e a descentralização. Pode começar com o exercício de "A cruz e o círculo": os participantes são convidados a fazer um círculo com a mão direita. É-lhes então pedido que façam uma cruz com a mão esquerda. Ninguém deve ter dificuldade em fazê-los. Depois, porém, é-lhe pedido que faça as duas coisas ao mesmo tempo: é quase impossível, mas certamente a dificuldade criará uma sensação de hilaridade geral. Para continuar com a desmecanização, o impulsionador pode propor o jogo "1, 2, 3 de Bredford": o grupo está dividido em pares; cada casal deve contar em voz alta de um a três, dizendo um número cada e repetindo a conta até

que a orientadora pare. Isto significa que os membros do casal não terão um número fixo para pronunciar, mas, por exemplo, o primeiro terá que dizer: "Um, três, dois, um, três, dois, um, etc.", enquanto o segundo dirá: "Dois, um, três, dois, um, três, dois, dois, etc." Esta simples atividade, que parece óbvia, revelar-se-á exigente em si mesma. Neste ponto, a pessoa motriz convidará cada casal a substituir gradualmente os números de contagem por um gesto + som (não deve ter um significado, por exemplo: aplausos + "aaaah", ou tapando com o pé + "boom!"). Primeiro o número um será substituído, depois o número dois e, finalmente, o número três. O efeito final não só será muito coreográfico e divertido, como os participantes terão tido a oportunidade de aquecer e ativar o corpo e a mente (cerca de 15 minutos);





2. Uma segunda parte dedicada à exploração do tema escolhido (por exemplo, "estereótipos de gênero", "dinâmicas de poder", "discriminação", "manifestações de violência", etc.) através do corpo. As técnicas do teatro de imagem são muito eficazes: pode começar com o jogo de "Imagens de Corpo Improvisado", em que o orientador propõe palavras significativas aos participantes, que têm apenas três segundos para criar uma estátua corporal que representa essa palavra. As palavras inicialmente propostas podem ser genéricas, para permitir que todos se aqueçam e depois se tornem cada vez mais específicas em relação ao tema escolhido. Esta técnica permite-lhe superar rigidez mental e linguística, porque os conceitos passam pelo corpo. O exercício pode evoluir mais tarde, colocando em prática modificações simples: por exemplo, aproximando-se de quem eles pensam que tem a imagem corporal mais próxima/mais distante da deles; dar um título a imagens criadas por outros; criar grupos de três ou quatro e imaginar um contexto real para inserir essa imagem, etc. (20 minutos);

3. Neste ponto, pode propor-se uma parte dedicada à criação e improvisação: trabalhando em subgrupos de três ou quatro pessoas, o impulsionador pode atribuir um título a cada subgrupo que terá tempo para criar uma imagem estática composta pelas poses dos componentes individuais. No final do tempo de preparação, cada grupo mostra aos outros (que se tornam espectadores) a imagem criada, que na verdade representa uma situação com personagens e papéis, embora, por enquanto, estática. Depois de os espectadores terem sido capazes de observar e comentar, propõe-se dinamizações da imagem: as personagens estáticas ganham cada vez mais vida, porque podem encontrar um gesto para fazer, uma palavra significativa a pronunciar, ou relações para desenvolver com os outros personagens em palco, etc... Pode chegar a uma verdadeira improvisação, que permite destacar a representação e as ideias que cada pessoa tem do tema proposto. Mas também permite confrontar a ideia que os outros participantes têm. (40 minutos);



4. Para concluir, a orientadora convida a reflexão sobre o que foi feito/observado anteriormente, através da verbalização, desenho ou qualquer outro sistema útil para recolher comentários, impressões e pensamentos dos participantes (15 minutos).

Se houver a possibilidade de programar um workshop estruturado em várias sessões, o anfitrião pode ainda propor técnicas relacionadas com o Teatro do Fórum, talvez a área mais importante e conhecida do Td'O: trata-se de criar cenas verdadeiras e próprias, nascidas das propostas dos participantes, que representam situações de opressão e em que um carácter oprimido aparece claramente. É importante que as cenas nasçam de notícias, ou de acontecimentos reais, para não permanecer em um plano teórico, mas dar concreto ao que é narrado em palco. Pode pensar-se, por exemplo, naquela amiga atriz que foi pressionada e menosprezada por um realizador, ou numa entrevista em que a cantora do momento só é questionada sobre a sua vida privada: ambas são situações concretas em que a opressão é expressa. No Teatro do Fórum, os atores e atrizes em palco assumem um papel (oprimidos, opressores, aliados, indiferentes) e contam o episódio teatralmente, enquanto o público assiste ao que acontece. A certa altura, a pessoa hospedeira, no papel de "Jolly", interrompe a cena e encoraja o público a encontrar soluções para a opressão, substituindo o carácter oprimido em palco.

É evidente o quão útil esta técnica é para confrontar pontos de vista e para encontrar formas partilhadas, não só para aprofundar os temas escolhidos, mas também para pensar coletivamente sobre possíveis soluções.

Mais ideias:

Outra técnica muito eficaz de Td'O, tanto para analisar e aprofundar, como para divulgar os temas escolhidos, é a do Teatro Invisível: são pequenos atos teatrais, realizados em contextos reais, com a participação de espectadores que, sem saberem, entram na representação. A meio caminho entre a experiência social e o flashmob, é uma técnica recomendada para grupos já muito próximos e com alguma experiência teatral e permite uma verdadeira investigação social sobre a forma como as pessoas acolhem e enfrentam episódios de discriminação, violência e opressão.

Na Itália, Td'O é praticado por:

Krila:

<http://www.teatrodelloppresso.it/>

É um coletivo de Formadores, Atores, Atrizes, Realizadores, Investigadores e Pedagogos que lidam com o Teatro dos Oprimidos. Ao longo dos anos, o grupo tem sido enriquecido por companheiros viajantes que se reuniram durante cursos de formação sobre técnicas de Td'O e que têm partilhado ideias e projetos para o desenvolvimento deste Método nos contextos de animação social, educação e investigação aplicadas a práticas de participação ativa. Foi criado um grande grupo que, em torno do núcleo original, desenvolveu inúmeras experiências e colaborações com entidades e associações da realidade bolonhesa.

PARTECIPARTE:

<https://www.parteciparte.com/it/>

É um grupo criado em Roma em 2008 com Olivier Malcor, Cinzia Papucci, Sergio Covelli, Luca Alessandrini, Iliaria Corbo e muitos outros. Olivier escreveu uma tese sobre teatro invisível (2002) e aprendeu o Teatro dos Oprimidos e do Teatro de Rua na América Latina e nos Estados Unidos (1999-2003). Tem sido praticada durante vários anos em Marselha, França (2003-2005) e em África (2005-2007) para combater a violência contra mulheres e crianças. Vive agora em Roma, onde utiliza o Td'O em diferentes áreas, nomeadamente na luta pelos direitos dos refugiados, mulheres e trabalhadores. Colabora com várias associações e ONG, escolas e universidades.



GIOLLI:

<https://www.giollicoop.it>

A cooperativa nasceu em novembro de 2008 da anterior associação Giolli, graças ao trabalho do Presidente Roberto Mazzini. Abordou o Td'O depois de conhecer Augusto Boal e a sua metodologia teatral, começando a propor cursos de formação em Td'O. Giolli opera em todo o território nacional através de: atividades de formação e prática de TdO; Trabalho com escolas, prisões, institutos psiquiátricos; atividades em: interculturalidade, imigração, toxicod dependência, vícios, bullying; Projetos europeus de discriminação.





MANIFESTAÇÃO



Materiais:

- projetor e pc com ligação à internet;
- revistas ou vídeos publicitários como "equipagem de emergência";
- grandes pedaços de papel de embalagem (uma para cada participante);
- fita adesiva
- marcadores, aguarelas, lápis e outros materiais para coloração;
- Materiais para decoração (tecidos, algodão, lã, outros materiais de reciclagem);
- cola branca e cola quente;
- smartphone

Duração:

3 reuniões de 1 hora e 30 minutos + possível regresso para divulgar os cartazes produzidos na rede ou em alguns locais físicos.

Espaço:

Sala livre e com grandes mesas móveis, parede branca para projetar e fichas/tomadas de energia para dispositivos.

Alvo:

Adultos/as e jovens, desde os 14 anos, até um máximo de 25 participantes. Ideal para escolas e grupos.

Propõe-se uma atividade de análise da publicidade que encontramos à nossa volta, associada a uma remodelação criativa, com o objetivo de produzir cartazes significativos para divulgar na rede ou em locais físicos de visibilidade pública.

O workshop é inspirado em "*Her name is revolution*" ("*O seu nome é revolução*"), um projeto de arte pública promovido pelo grupo CHEAP, em particular com o trabalho da artista Rebecca Momoli que, através de cartazes que representam os corpos de várias mulheres, falou de temas como a maternidade, a irmandade, a matriarquia em oposição ao patriarcado.

<https://www.cheapfestival.it/her-name-is-revolution-il-nuovo-progetto-di-arte-pubblica-di-cheap-con-rebecca-momoli-e-in-strada-a-bologna/>



Somos bombardeados com imagens publicitárias em muitas situações que frequentamos no dia-a-dia: na net (em sites ou redes sociais), em papel impresso (brochuras, revistas), na televisão, na rua (outdoors, ecrãs de plasma, montras...).

Normalmente, estas imagens usam a figura da mulher para atrair ou seduzir, mesmo quando o produto não está aparentemente relacionado, apoiando descaradamente muitos estereótipos. Quando, mais raramente, a figura masculina é usada, é frequentemente fortemente estereotipada também.

Duração:

3 reuniões de 1 hora e 30 minutos + possível regresso para divulgar os cartazes produzidos na rede ou em alguns locais físicos:

- Encontro 1: introdução ao tema e discussão sobre estereótipos, em particular estereótipos de género;
- Encontro 2: identificação de um estereótipo e representação no papel de embalagem utilizando a própria silhueta corporal;
- Encontro 3: fotografias e reformulação através da app;
- Retorno: impressão dos cartazes e/ou divulgação na rede.

Com este workshop queremos refletir sobre as imagens que nos rodeiam, focando-se nos estereótipos que estão escondidos nelas. Assim, pode escolher entre pesquisar os diferentes canais de publicidade ou focar-se apenas num deles (por exemplo, anúncios de TV ou de revistas de moda). No **primeiro encontro**, os participantes são convidados a refletir sobre o tema através de algumas questões:

- O que significa estereótipo?
- Podemos dar alguns exemplos?
- Conhece algum anúncio que transmita estereótipos?

Entretanto, a pessoa orientadora pode pesquisar anúncios, por exemplo, navegando na web em tempo real e projetando-os para deixar claro aos participantes o que está a ser falado. Pode ser útil para a orientadora encontrar alguns exemplos para iniciar a discussão. Aqui estão alguns links que podem ajudá-lo a refletir sobre o tema:



- <https://www.popupmag.it/la-donna-nella-pubblicita-come-evoluzione-del-suo-ruolo-nella-societa/>,
- <https://www.generefemminile.it/limmagine-della-donna-nella-pubblicita-italiana/>.
- <https://www.insidemarketing.it/stereotipi-di-genere-in-pubblicita/>.

No **segundo encontro**, os participantes "descem ao trabalho" diretamente, brincando com o seu corpo e estereótipos: cada um opta por trabalhar num único estereótipo (por exemplo: o homem tem de ser viril; a mulher tem de ser magra; se se veste bem é uma boa pessoa, as loiras são tolas ..) e tenta representar com o corpo uma pose que transmite o estereótipo.

Enquanto isso, a orientadora irá preparar grandes pedaços de papel de embalagem depositados no chão ou pendurados na parede, e alguns marcadores. Trabalhando em pares, cada pessoa adotará uma pose que representa um estereótipo sobre um grande papel, enquanto o seu parceiro traça o contorno com um marcador.

Num momento de reflexão individual, com música de fundo, cada participante escreverá dentro da sua silhueta uma ou mais frases ou palavras, que podem transmitir esse estereótipo. Várias cores ou materiais também podem ser usados para expressar melhor as características transmitidas pelo estereótipo.

De facto, a orientadora disponibilizará: marcadores, aguarelas, ceras, materiais de reciclagem e colas, que os participantes podem usar para "encher" a sua própria silhueta, criando uma espécie de obra de arte multi-material.

Esta atividade oferece a oportunidade de refletir sobre as cores e texturas que são usadas para expressar emoções ou sensações. Neste sentido, podemos também mencionar o uso da cor na linguagem visual: na verdade, cada cor tem um significado emocional e padronizado baseado na cultura da sociedade em que vive.

No **terceiro encontro**, o grupo será organizado para fotografar cada participante na pose escolhida. É possível utilizar um telefone com uma câmara normal.

Será tomado o cuidado de escolher um fundo possivelmente neutro, no qual a pose pode sobressair; use a luz certa e tire fotografias nítidas.

As fotografias serão partilhadas imediatamente com os participantes, para que cada um tenha a sua própria fotografia disponível no seu dispositivo (telefone, tablet ou PC).

Neste ponto, com qualquer aplicação de edição de fotos (para descarregar no seu dispositivo) pode reproduzir para construir uma imagem que possa perfeitamente segurar o significado que pretende dar-lhe. Pode operar na forma do corpo ou fundo, pode fazer com que o personagem pareça uma caricatura, pode colorir, pode adicionar textos, emoticons, rótulos ou outros elementos.

Recomendamos a utilização da aplicação Canva gratuita, com a qual pode desenhar no formato certo para um cartaz, folheto ou para redes sociais: <https://www.canva.com/>.

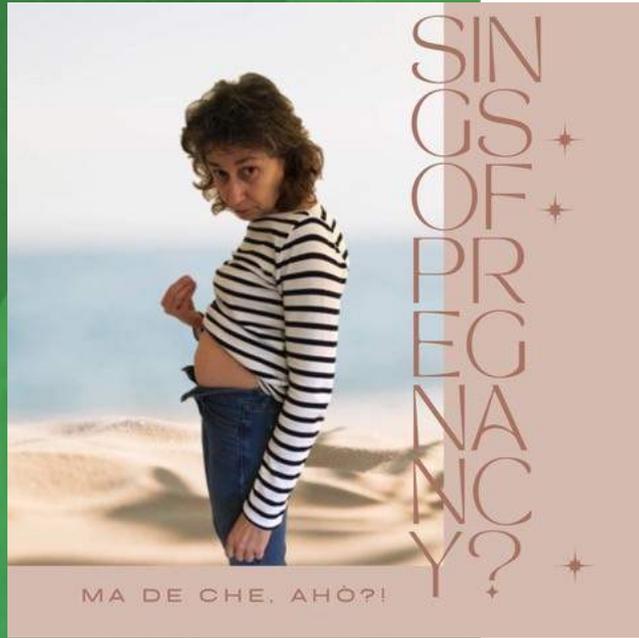
Uma vez que o cartaz esteja pronto, o grupo pode decidir se o coloca na web, ou colocá-lo nas ruas ou em lugares onde possa ter significado. As reações serão garantidas!

Recordamos que, para a utilização das imagens, será necessário o consentimento assinado das partes interessadas, ou dos pais se forem menores.



CHEAP







CINEFÓRUM COM PERSPETIVA FEMINISTA



Este cinefórum tem como objetivo contribuir para ampliar o debate sobre o papel da mulher na contemporaneidade.

Inicialmente, para a estruturação do «CINEFÓRUM COM PERSPETIVA FEMINISTA» os organizadores/as devem escolher um filme. A intenção é que, após o seu visionamento, se identifiquem naquelas imagens possíveis estereótipos e desigualdades de género.

Para tal, deve ser realizada uma introdução que foque a problemática para que o público saiba o que deve identificar. Os /as organizadores/as podem convidar alguém ligado ao cinema e à problemática e para fazer a referida introdução. Estes convidados participarão num debate final.

Exemplo de filme:

Lost in translation (2003) de Sofia Coppola. O olhar íntimo de Sofia Coppola sobre dois estranhos numa cidade estranha. Dois americanos à deriva numa Tóquio que quase não existe para além das muralhas do hotel onde ambos estão hospedados. Ele, uma estrela de cinema em crise de meia-idade a filmar um anúncio; ela, jovem esposa a ressacar do tédio das longas esperas pelo marido. De repente, um amor... de subtilezas tão românticas quanto cómicas. Óscar de melhor argumento original para Coppola e nomeações para melhor ator, filme e realização.

Materiais:

Tela, Projetor multimédia, Colunas de som, Vídeos, Cadeiras, mesa, folheto descritivo do fórum, filme.

Duração:

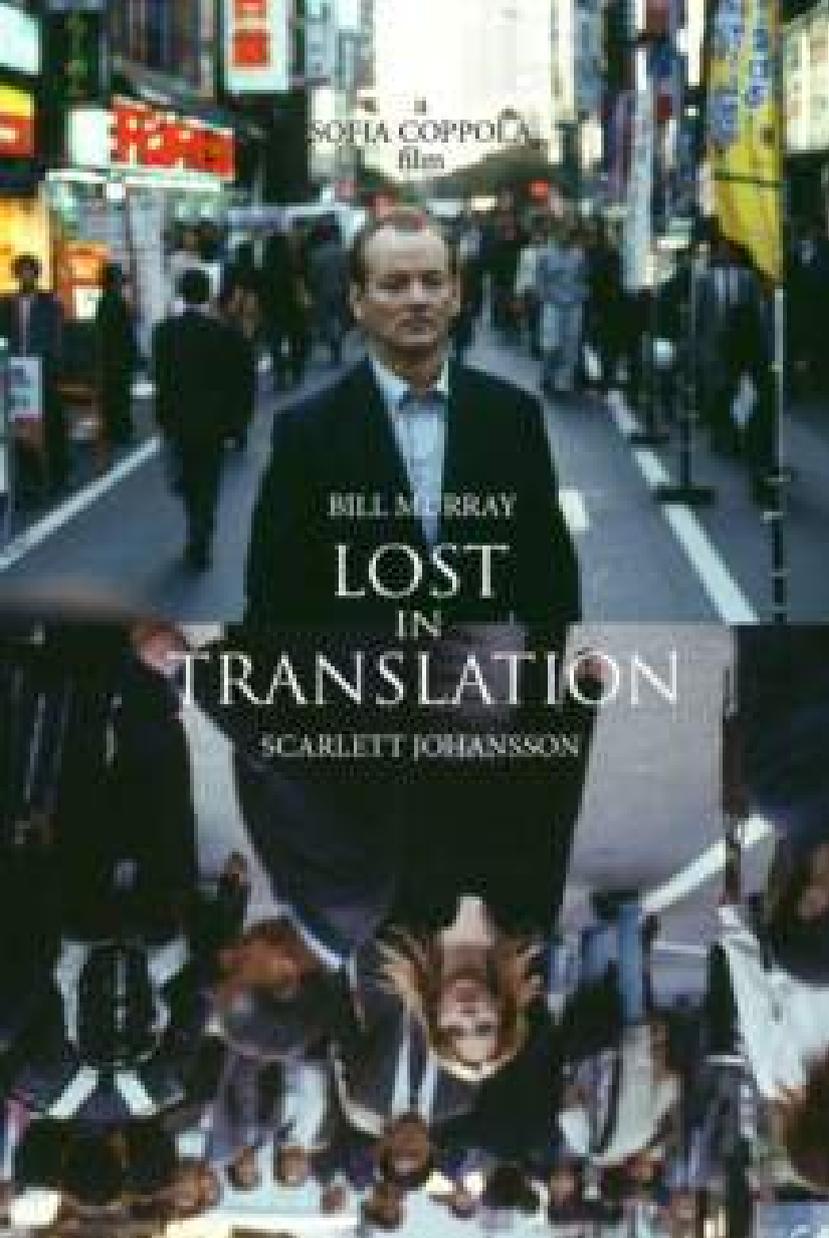
Uma sessão de quatro horas.

Espaço:

Espaço confortável e com boa visibilidade para todos.

Alvo:

Jovens e pessoas adultas.



Preparação:

Deve ser criada uma brochura descritiva do cinéforum assim como um cartaz onde constem o tema, uma introdução ao tema, as datas, os locais, a seleção cinematográfica, os participantes e o tema do debate final.

Sessão/Ciclo de Cinema:

Primeiro devemos instalar todos os participantes e em seguida apresentar os convidados. Estes fazem a introdução e em seguida acontece o visionamento do filme. Momento para um intervalo de 30 minutos.

Debate:

Os convidados/as especiais iniciam o debate. A intenção é a participação da totalidade das pessoas que visionaram o filme. O debate deve iniciar com uma reflexão sobre o filme exibido e seguir-se-á com a identificação dos estereótipos de género. Deve ser escolhido um participante para gravar todo o debate para que, posteriormente, se divulguem as suas conclusões e também para que sejam reveladas ao público em geral.

O debate deve ser orientado pelos convidados especiais, estes devem levar os participantes a refletir e a aprender sobre as questões que os filmes podem apresentar e explorar.

Um debate bem orientado permite uma discussão saudável que, por sua vez, permite conhecer os diferentes pontos de vista. A troca de ideias é uma riqueza para o pensamento e a reflexão.

Regras pra um debate:

<https://pt.slideshare.net/tecnicasaccaoeducativa/as-regras-do-debate>

<http://www.filosofia.seed.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=247>

<https://www.ruigracio.com/VCA/RegrasDebate.htm>

Webgrafia:

<https://comunidadeculturaearte.com/rita-azevedo-gomes-sinceramente-nunca-pensei-que-estava-a-fazer-um-filme-feminista/>

<https://www.publico.pt/2021/03/07/culturaipsilon/noticia/cinema-realizadoras-portuguesas-1952769>

<https://www.icnova.fcsh.unl.pt/2017/04/11/simposio-internacional-mulheres-no-cinema-iberico-chamada-artigos/>

<https://www.youtube.com/watch?v=PqeBXrNZpto>

<https://www.youtube.com/watch?v=1Ur9tskHaPo>





O QUE ESCONDE UMA MULHER



Esta atividade pode ser desenvolvida num grupo/clube de leitura já formado, o qual já está habituado à partilha de leituras e discussão de variados assuntos. Ou pode ser desenvolvida por um grupo criado para este propósito (trabalhar a perspetiva feminista, questões de género). Neste último caso, o orientador do grupo terá que criar o grupo de leitura e formá-lo para tal.

Algumas sugestões para formar grupos de leitura:

<https://pt.wikihow.com/Começar-um-Clube-do-Livro>

<https://amulherqueamalivros.pt/criar-um-clube-de-leitura-e-sugestoes-de-clubes-de-leitura/>

A seleção de livros pode ser feita pelos adolescentes, escolhendo autoras e obras da sua preferência. Neste caso devem dar-se todas as orientações para que a mesma vá de encontro ao que se pretende: livros com perspetiva feminista.

Mas, também se podem apresentar uma série de livros e pedir aos adolescentes que selecionem a partir desta sugestão.

Alguns livros sugeridos: *A primeira estrela da noite*, de Nadia Ghulam e Javier Diéguez; *O corpo dela e outras partes*, de Carmen Maria machado; *Aqui a princesa salva-se sozinha*, de Amanda Lovelace; *Mulheres da minha alma*, de

Materiais:

Livros com perspetiva feminista.

Duração:

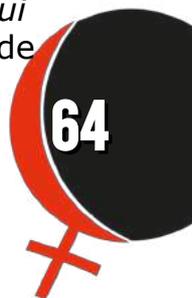
No mínimo seis sessões, com duração de 2h cada uma.

Espaço:

O espaço deve ser confortável e aconchegante, onde seja potencializada a leitura e a partilha de ideias, opiniões e assuntos.

Alvo:

Para grupos com 6 a 10 adolescentes, com idades entre 12 e 17 anos.



Isabel Allende; *Ganhar asas e voar*, de Melinda Gates; *Endireita-te*, Rémi Courgeon; *Todos devemos ser feministas*, de Chimamanda Ngozi Adichie; *Histórias de adormecer para raparigas rebeldes: 100 mulheres imigrantes que mudaram o mundo*, de Elena Favilli; *Becoming: a minha história para jovens leitoras*, de Michelle Obama.

Então, neste último caso serão expostos os livros sugeridos e cada elemento do clube escolherá o livro que pretende ler, para posteriormente partilhar, apresentar e trabalhar com os outros elementos do clube.

O importante é que o grupo de leitores entenda o tema que é abordado nos livros e perceba a importância do mesmo.

A proposta desenvolve-se, no mínimo, em seis sessões, com mais ou menos duas horas. (Há sessões que podem prolongar-se por duas horas e meia).

1ª SESSÃO: PROPOSTA DE TRABALHO

Nesta sessão dá-se a conhecer ao grupo de leitura o projeto: o que esconde uma mulher. Se partirmos da primeira ideia, pede-se ao grupo que faça uma pesquisa sobre autoras/escritoras e respetivas obras que tratam a perspetiva feminista e igualdade de género. Pede-se também que selecionem uma obra desta pesquisa para lerem e trabalharem.

Se partirmos da segunda ideia, apresentamos uma série de livros, previamente selecionados, e pede-se que cada elemento do grupo escolha um livro para ler e trabalhar.

Também é dada uma ficha de leitura para cada livro, para que a completem e façam nela uma reflexão crítica do assunto contido no mesmo.

Após a escolha dos livros por parte de cada elemento do grupo, cada jovem mostra o livro que escolheu, faz uma apresentação breve da autora e palpita sobre o assunto do mesmo. Além disso, cada elemento do grupo reflete sobre a forma como pretende fazer a apresentação do seu livro (tema/assunto) numa das sessões seguintes, programadas para tal.

Para a apresentação dos livros são sugeridas, pelo grupo e orientadoras, diferentes formas de a fazer: Powerpoint, filme, serão com letras... e sugestão para consultar sites de apresentações criativas e dinâmicas:

<https://pt.venngage.com/templates/presentations/creative>

<https://educarcomvida.blogs.sapo.pt/apresentacao-oral-de-um-obra-literaria-131087>

<https://pt.slideshare.net/tmoutinho/como-fazer-uma-apresentao-oral-de-um-livro-2>



Calendarizam-se as sessões seguintes. Aqui temos que ter em consideração as sessões necessárias para apresentarem/exporem os livros e a partilha de informação e opinião. Cada sessão de 2h/2:30h deve ser destinada para a apresentação de dois livros. A última sessão é essencial para falar sobre o tema comum a todos os livros e debater o assunto transversal.

DA SESSÃO 2: EXIBIÇÃO/LABORAÇÃO DE DOIS LIVROS

Nesta sessão, dois elementos do clube de leitura, à vez, apresentam os livros que selecionaram para ler e trabalhar. O primeiro a apresentar o livro, fá-lo consoante a forma que elegeu para o fazer.

É essencial que foquem os tópicos:

- Visão geral do livro (mostrar o livro, referir o título e perguntarem o que o mesmo sugere);
- Tipo de obra (tipo de texto: drama, narrativo, poético, etc.) e género de texto (conto, aventura, romance, ficção, etc.);
- Autor/a (breve biografia, fotografia, outras obras que tenha escrito);
- Conteúdo da obra (falar do assunto: o que vai revelar? Não contar tudo! Deve seleccionar os momentos ou ideias do livro que despertem a curiosidade e o interesse para a leitura do livro e criar expectativa ao longo da intervenção). Além disso, cada um deve mostrar particularidades da maneira de ser das personagens (opiniões pessoais sobre as mesmas), aspetos aliciantes acerca do espaço onde decorre a ação, momentos mais relevantes da narrativa, algumas frases fortes/bonitas/com sentido que justifiquem a escolha do livro.

Também deve ter em consideração o discurso utilizado e o tempo disponível para a apresentação.

SESSÕES SEGUINTE (3, 4 E 5...): EXIBIÇÃO/LABORAÇÃO DOS RESTANTES LIVROS

Nestas sessões as atividades/dinâmicas são análogas às da sessão dois. Cada elemento do clube de leitura apresenta o seu livro elegido, da forma como optar, seguindo as indicações e sugestões dadas na sessão 1.

ÚLTIMA SESSÃO:

Nesta, é realizada uma "chuva de palavras" que resumam e identifiquem o assunto/tema principal abordado em todos os livros, levando-os às questões de género. É pedido ao grupo que opinem sobre o assunto e falem de outras experiências que conheçam.

Também é pedido que façam uma pesquisa biográfica mais aprofundada das autoras dos livros, para que possam perceber as suas histórias de vida e compreender de que forma lutam pelos seus direitos, de como ultrapassaram momentos cruéis das suas vidas e/ou como influenciam outras mulheres.

Após uma reflexão e debate acerca do feminismo e das questões de género, é dado ao grupo um repto: pensar numa forma de organizar toda a informação tratada nas sessões de leitura que efetuaram e expor à comunidade (escolar, de biblioteca, de bairro, etc.).



MUSaS

**ATIVIDADES
DE DIVULGAÇÃO E
CONSCIENTIZAÇÃO**



10

EM BUSCA DE MUSAS



Propõe-se elaborar uma ou várias pequenas peças audiovisuais onde se mostre o trabalho, a memória e a história de vida de pessoas com vivências e experiências muito valiosas na perspetiva de género no campo cultural e artístico. Conhecer e dar a conhecer verdadeiras Musas: iniciativas feministas das quais se possam tirar aprendizagem e inspiração. Para isso, os jovens terão de acordar os critérios para a identificação e seleção das Musas, bem como receber formação em técnicas de entrevista e gravação e edição audiovisual com telemóveis, para depois experimentarem com tudo o que se aprende (identificar essas referências com um look feminista, realizar uma entrevista e editar os pequenos vídeos) e fazer as ditas vídeo entrevistas.

Com base em algumas bases básicas no domínio do género para ter em conta os estereótipos, preconceitos e barreiras existentes e o consequente diagnóstico da necessidade de fazer referências visíveis que nos inspirem e sirvam de exemplo neste aspeto como algo fundamental para contribuir para o combate às desigualdades devido ao género, propõe-se a seguinte **sequência de ação**:

Materiais:

Ligação à Internet, Computador, Smartphone, Acessórios recomendados na secção de descrição.

Espaço:

Um espaço confortável com cadeiras é recomendado para sessões de treino e, no caso de entrevistas, procure espaços que satisfaçam os requisitos para uma gravação ideal.

Alvo:

Para pessoas entre os 12 e os 17 anos. Sem limite de participantes.



1 EM BUSCA DE MUSAS

Partindo de uma lista de desigualdades e discriminações baseadas no género que existe no campo artístico e cultural que temos de descartar, vamos pedir aos participantes que proponham que tipo de perfis seriam interessantes para mostrar para tentar descartá-los, de forma a obter como resultado, e de forma colaborativa, a relação de critérios que nos guiará na procura de Musas.

Com base nos critérios de seleção acordados, os participantes iniciarão a procura de referências e selecionarão as que parecem mais representativas da ideia que se pretende transmitir-lhes para fazer a vídeo entrevista.

2 PREPARAÇÃO DE ENTREVISTAS

Uma vez identificadas as possíveis Musas a serem entrevistadas, serão fornecidas uma série de recomendações sobre como preparar e conduzir uma entrevista, ilustrando-as com exemplos práticos para reforçar a sua compreensão.

Antes da entrevista:

- É importante documentar e informar-se antecipadamente: consulta bibliográfica, perguntar às pessoas ou à internet... Investigação sobre a pessoa entrevistada e o tópico a ser discutido.
- Prepare as perguntas: primeiro a mais geral e depois a mais pessoal ou específica.
- Tanto um tema concreto como uma conversa genérica ("conversa de elevador") são boas formas de começar a criar um clima confortável e confiante. Mesmo que não seja sobre o assunto que nos interessa, pode ser uma forma de quebrar o gelo.
- Não se limite ao questionário pré-preparado ou obcecado por isso. A conversa pode ter lugar de formas completamente diferentes e em diferentes tópicos do que o esperado.
- Deve saber quando deixar fluir e quando redirecioná-lo para as questões com as quais pretende lidar.
- Se são duas pessoas que conduzem a entrevista, o importante é que não atoplem uma a outra: uma pessoa pode liderar a entrevista e a outra tomar notas ou complementar quem lidera.

- Deve saber como funciona o equipamento de gravação.
- Um gravador digital é uma opção muito boa, como a que quase todos os *smartphones* trazem por padrão hoje em dia.
- Tente disponibilizar o informador em termos de horários e viagens ao organizar a entrevista.

Durante a entrevista:

- Certifique-se de que o espaço onde fazer a entrevista é cómodo, confortável, quente... e que não há poluição sonora ou possibilidade de interrupções.
- Coloque o aparelho de gravação de forma não intimidante. Peça permissão antes.
- Comporte-se de forma amigável, cordial e simples: rir com o informador, a sua postura (linguagem não-verbal) deve mostrar o seu interesse, sentar-se perto dele mas sem invadir o seu espaço, usar uma linguagem simples e próxima...
- Concentre-se na pessoa com quem está a falar, não jogue com a equipa, não olhe para o telefone, olhe nos olhos dele...
- Pergunte o nome, o local e o ano de nascimento e as informações gerais que necessita do informador antes de começar com as perguntas temáticas.
- Não faça muitas perguntas: não interrompa ou fale acima da pessoa. Deixe-lhe espaço e não tenha medo de silêncios.
- Não manipule.
- Tenha em mente que o que interessa é o ponto de vista do informador, por isso evite falar de si mesmo ou dar a sua opinião continuamente. No entanto, por vezes é positivo dá-lo fora da gravação para procurar cumplicidade com o informador.
- Não faça perguntas a partir de uma declaração (é uma forma muito comum de manipular a conversa). " Al tres en raya jogava-se assim, não é?" Um jogo? E como se joga?" (mesmo que pense que já sabe, não tome as coisas como garantidas).
- Tente poupar a duração, recomendamos não mais do que uma hora de entrevista no início.

Outras dicas:

- As entrevistas não podem ser gravadas sem o consentimento do informador. Seria, portanto, necessário recolher por escrito o consentimento expresso assinado pela pessoa entrevistada onde é claramente mencionado o uso da entrevista e se será tornado público, de acordo com as leis de proteção de dados pertinentes.
- Depois de sair, não se esqueça de enviar ao informador alguns *comentários*: uma cortesia, uma fotografia, uma cópia da entrevista... Faça-a sentir-se partícipe.
- Recomendamos trazer uma cortesia/presente como agradecimento.
- Para guardar e arquivar as gravações é aconselhável utilizar o computador de utilização habitual e fazer cópias de segurança para discos rígidos externos e/ou pastas virtuais. É importante utilizar uma palavra-passe de acesso em ambos os dispositivos e ficheiros de armazenamento.
- Pode ser útil criar categorias para o arquivo de entrevistas gravadas: pela pessoa informante, por tópicos, por áreas, por palavras-chave...
- A transcrição da entrevista pode ser muito interessante, mas também muito laboriosa, pelo que é aconselhável ouvir o áudio escrevendo os minutos/tempos dos momentos-chave da conversa indicando o conteúdo de cada um deles para facilitar e acelerar o acesso direto na sua subsequente consulta e edição.

Uma vez que estas dicas tenham sido fornecidas, podemos elaborar com o grande grupo o guião de perguntas de entrevistas, a partir de um brainstorming geral e, em seguida, selecionando a sequência de perguntas que parecem mais apropriadas para ser capaz de recolher o conteúdo de interesse para transmitir. Um **exemplo de um guião** poderia ser:

(1) Apresentação da pessoa e explicação da sua dedicação e trajetória (quem é você?)

(2) Como aplica a perspetiva feminista à sua atividade profissional? O que o motivou a fazê-lo?

(3) Que estereótipos e preconceitos de género enfrenta ou teve de enfrentar na sua atividade profissional?

(4) Na atividade que desenvolve, que barreiras de género pode encontrar? Quais conseguiram superar?

(5) Sente-se apoiado por colegas do sector ao fazer propostas feministas?

(6) Em relação às desigualdades de género que ocorrem na sua atividade e às ações destinadas a superá-las, viu os seus objetivos cumpridos?

(7) Que aspetos considera que são ultrapassados e o que acha que ainda tem de ser feito?

(8) O que é que a aplicação de uma perspetiva feminista à atividade que desenvolve/vida lhe traz ou tem contribuído para si?

(9) Gostaria de comentar algo que não lhe perguntámos?

3 RECOMENDAÇÕES PARA A GRAVAÇÃO AUDIOVISUAL DA ENTREVISTA

O que precisamos?

UM SMARTPHONE



Com carga de bateria e espaço livre suficiente para gravar os vídeos. Recomenda-se ter uma bateria externa ou carregador de telefone apenas no caso de ter um cartão de memória externo para garantir o espaço de armazenamento necessário. A configuração do formato de gravação de vídeo dependerá das plataformas de transmissão que são decididas a utilizar, mas por padrão é aconselhável gravar horizontalmente em formato 16:9 e com uma qualidade mínima de 720p.

UM TRIPÉ



Para promover a estabilidade da imagem. Os tripés específicos para dispositivos móveis raramente têm a altura necessária, pelo que deve ser providenciado um local de apoio à distância e altura necessária para registar a entrevista áudiovisualmente de acordo com as recomendações indicadas para o fazer.

UM MICROFONE



O microfone do telefone capta um grande raio de som ambiente, pelo que é aconselhável utilizar um microfone de lapela que se liga ao telefone e com o cabo de comprimento necessário. Lembre-se de verificar se o som está a ser captado através do microfone da lapela: isto pode ser feito dando pequenos toques com o dedo no microfone. No caso de não haver microfone de lapela, é importante ter em conta este aspeto e conduzir a entrevista num local o mais longe possível do ruído .

UM ESPAÇO

É importante ter um espaço que satisfaça os requisitos técnicos necessários para um bom registo audiovisual. Para isso, temos de ter em conta os seguintes aspetos:

● Iluminação:

- A luz natural é sempre preferível, uma vez que a luz artificial requer conhecimento especializado para saber como geri-la corretamente.
- Idealmente, recomenda-se fazê-los em espaços interiores que tenham uma fonte de luz natural (por exemplo, uma janela). Se tem que ser feito ao ar livre, temos de procurar uma boa sombra (sob uma árvore frondosa, uma arcada, etc.)
- Para regular a luz natural de uma janela podemos usar um pedaço de tecido TNT (tecido não tecido).
- Idealmente, a fonte luminosa deve estar a 45° no que diz respeito ao sujeito a gravar. Aqui está um exemplo de iluminação ideal:



- **O fundo:**

- Deve ser breve, sem objetos supérfluos (menos é mais).
- O fundo ideal é uma parede de uma única cor, de preferência neutra (cinza, branco, bege...).
- Também pode usar um padrão (prateleiras com livros, papel de parede, fundo com tema repetitivo...).
- Ao escolher a cor do fundo, temos de ter em conta a roupa do sujeito e as possíveis combinações com o fundo de acordo com o que queremos transmitir. Podemos procurar um forte contraste de cores ou um efeito mais delicado e harmonioso. Tenha em mente que as cores transmitem diferentes emoções e sensações [cores frias (azul, verde...) e quentes (vermelho, amarelo...)].



- **O enquadramento:**

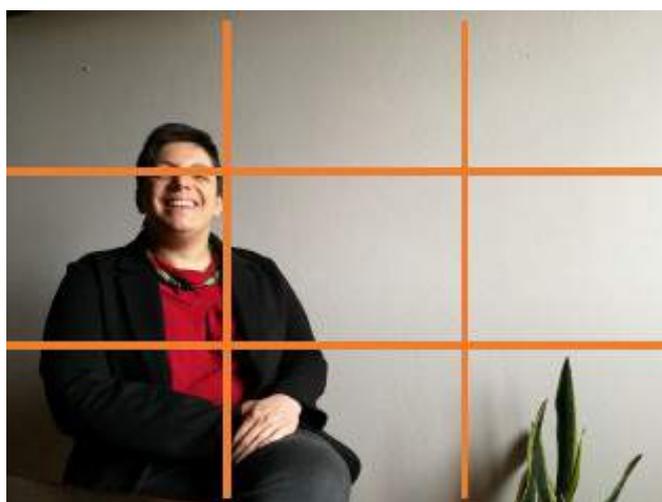
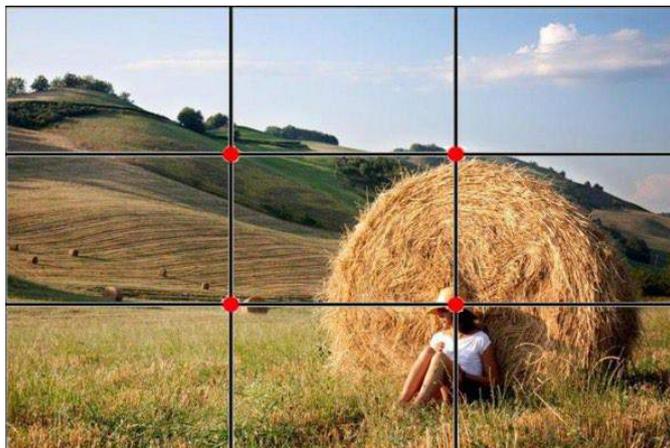
- Escolha o tipo de plano que melhor nos convém de acordo com o espaço, a pessoa e o que queremos transmitir. Os planos possíveis são:
 - Muito close-up (para enfatizar).
 - De perto.
 - Plano médio.
 - Plano americano.
 - Figura inteira.



- Nota! Nunca devemos deixar os membros fora do plano, produz um efeito de "mutilação":



- Aplicar a **regra do terço**: para isso temos de ativar a função de grelha na câmara do telefone. O ponto a que queremos chamar a atenção deve estar situado num dos 4 pontos centrais da grelha, ou muito próximo deles.
- Também temos de combinar o horizonte com uma das linhas horizontais da rede:



Exemplo de enquadramento para entrevista.

- Cuidado com o "efeito nariz"! A situação do *smartphone* deve ser perfeitamente perpendicular ao sujeito, sem o inclinar ou aproximar demasiado.



Imagem retirada da [aqui](#).



● A DISTRIBUIÇÃO:

- Temos de colocar o *smartphone* com o seu tripé perpendicular ao sujeito a ser gravado (sem inclinação e com a distância adequada).
- Idealmente, a posição do sujeito deve ser de 45° em relação à fonte luminosa e emoldura-la de acordo com a regra do terço (tocando num dos quatro pontos centrais da grelha).
- Podemos colocar o sujeito sentado ou de pé, mas temos de ter em conta onde posicionar o telefone para evitar o "efeito do nariz" e a mutilação dos membros.

- Verifique se não existem áreas do assunto demasiado sombreadas ou demasiado sombreadas ou demasiado sombreadas/iluminadas. Se necessário, o sujeito deve ser transferido.



Exemplo de distribuição ideal.

4 EDIÇÃO DE VÍDEO

Em primeiro lugar, devemos ver os vídeos brutos e selecionar aqueles cortes que consideramos de interesse para mostrar, anotando os tempos deles e sequenciando-os.

Em seguida, será necessário chegar a acordo sobre a estrutura das peças audiovisuais para editar e discutir o que pode ser o formato mais adequado. As decisões devem ser tomadas em torno de:

- Incluir cartazes de cabeçalho e saída e que informações devem conter (apresentação do projeto, apresentação da pessoa entrevistada, convites para divulgação, créditos e logótipos, etc.)
- A forma como as perguntas colocadas serão apresentadas: seja através de cartazes, seja através da voz do entrevistador.
- Insira ou não um fundo musical e em que momentos.

Uma vez que a estrutura foi decidida, serão proporcionadas as ferramentas necessárias para executá-las.

Quanto aos programas de edição de vídeo, existem um mundo de possibilidades tanto para trabalhar com PC como com o próprio *smartphone*. Muitos deles são pagos, embora muitas vezes ofereçam períodos de experiência num prazo limitado. Há também opções gratuitas que veremos mais abaixo, na continuação.

Os computadores, tanto com sistemas operativos Windows como Mac Os, normalmente trazem aplicações de edição de vídeo por padrão. São aplicações com algumas limitações técnicas, mas que oferecem as possibilidades necessárias para a edição deste tipo de produtos. Existem também várias opções de *software* gratuito.

No caso dos *smartphones*, existem também várias aplicações gratuitas e intuitivas, como **o Youcut** ou **o CuteCut** para Android, e **o iMovie** para o sistema operativo iOS.

Estas aplicações permitem-lhe fazer cortes de vídeo, incorporar imagens e programar a duração das mesmos, aplicar efeitos de transição entre um corte de vídeo ou imagem e outro, incorporar ficheiros áudio, etc.

Embora possamos tirar partido dos diferentes tutoriais de utilização destas ferramentas existentes na rede, na nossa experiência neste aspeto é mais eficaz que cada participante se familiarize com a aplicação explorando e experimentando com ela.

Para o design dos cartazes, existem também diferentes possibilidades pagas e gratuitas. Dentro das opções gratuitas, podemos nomear, por exemplo, **Canva**, uma aplicação muito intuitiva com uma versão gratuita tanto para PC como para dispositivos móveis. É importante que as dimensões dos cartazes que são projetados sejam 1920x1080px, de acordo com o formato de vídeo recomendado acima. Ao integrar os cartazes no vídeo, o tempo de leitura deve ser tomado em consideração para configurar a sua duração. Para isso, basta ler o texto enquanto o vídeo percorre e deixar mais alguns segundos antes de fazer o corte.

Para obter um ficheiro com boa qualidade mas que não pese excessivamente, recomenda-se exportar o vídeo selecionando a opção de 720p/alta qualidade e em formato 16:9.

Uma vez terminada a edição da video-entrevista, é importante enviá-la para a pessoa entrevistada para que nos possa dar o seu *feedback* e aprovação antes de divulgá-la publicamente.

Após proporcionar as indicações com respeito à realização, registo audiovisual e edição da entrevista e com a intenção de testar a assimilação da mesma, propõe-se o seguinte **exercício prático**:

Dividimos o grande grupo em subgrupos entre 3 e 5 pessoas. Cada grupo terá de experimentar todo este processo, distribuindo entre os membros os papéis a desenvolver: uma pessoa desempenhará o papel de entrevistado e o resto do grupo terá de se documentar sobre ele e adaptar o roteiro da entrevista acordado com as suas particularidades.

No registo audiovisual do mesmo, terá de haver alguém que faça o papel de entrevistado, entrevistador e técnico. Há ainda espaço para papéis de apoio ao entrevistador, pessoal técnico e registo do "como foi feito". Devem fazer a gravação de acordo com as indicações acima indicadas.

Assim que tiverem a entrevista feita e gravada, cada membro do grupo terá de selecionar e ordenar os cortes de vídeo que consideram de interesse para mostrar e editar a sua versão da video-entrevista, tendo de tentar integrar imagens, ficheiros áudio, design e incorporação de cartazes, aplicar transições, etc.

Em seguida, todas as propostas de edição resultantes serão partilhadas e, ao mesmo tempo são expostas as dificuldades encontradas. O resto do grupo fornecerá soluções possíveis com base na sua experiência às dificuldades expostas, bem como avaliações do estilo e propostas de melhoria.

A partir desta partilha, obteremos como resultado a formação colaborativa do grupo de jovens para a elaboração das peças audiovisuais que são o objetivo desta proposta, a decisão em consenso do estilo e estrutura que irão possuir, bem como a avaliação da aplicação de conhecimentos que abranjam as possíveis lacunas.

4 DIFUSÃO

Uma vez concluído o processo e com a peça ou peças audiovisuais prontas, é hora de partilhá-las com a comunidade. Em primeiro lugar, devem ser enviadas para as pessoas entrevistadas e depois para o resto da sociedade. Para este segundo, e como é bem sabido, temos disponíveis diferentes redes sociais para o fazer (Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, etc.). É importante conhecer a dinâmica de interação gerada em cada uma das redes sociais para adaptar o formato do produto e obter a estratégia de divulgação mais propícia para cada uma destas plataformas. Os jovens são utilizadores e conhecedores destas dinâmicas, pelo que, para desenhar o plano de divulgação, recomendamos o brainstorming com o grupo participante a recolher as propostas que lhes parecem mais bem sucedidas.

Para que as peças audiovisuais sejam divulgadas, recomendamos tirar partido da licença [Creative Commons](https://creativecommons.org/), na qual pode encontrar várias opções que permitam às pessoas partilhar o material e/ou adaptá-lo, reconhecendo ou não a autoria, com ou sem fins comerciais, entre outras alternativas. Visite o seu site para mais informações.





BIBLIOTECA VIVENTE



A Biblioteca Viva é uma proposta metodológica inovadora que se realizou pela primeira vez na Dinamarca em 2000, organizada pela **Human Library**. **Organization** com o objetivo de abordar problemas relacionados com xenofobia, preconceitos e estereótipos. Tendo em conta os resultados e o potencial da iniciativa, o Conselho da Europa (<https://www.coe.int/en/web/portal/home>) tem vindo a promover esta ferramenta de educação intercultural desde 2001 e publicou um guia prático para a sua organização, livremente acessível, intitulado: **"Don't judge a book by its cover!"** que tem facilitado o desenvolvimento de Bibliotecas Vivas em múltiplas latitudes.

Uma Biblioteca Viva (BV em diante) funciona como uma biblioteca normal. Pode pedir livros emprestados para ler por um período limitado de tempo, mas com uma diferença: nos Livros BV estão pessoas e a leitura dos mesmos uma conversa.

Os Livros de um BV são pessoas com histórias de vida únicas ou que têm determinado conhecimento e que divulgam a sua experiência através da interação, entrevista e diálogo com os utilizadores. Para ser um Livro não é necessário ser uma eminência ou um estudioso/a reconhecido/a, senão ter experiência vital ou conhecimentos que possam ilucidar outras pessoas que não conhecem e tem curiosas: os leitores/as. Somos todos potenciais Livros e Leitores/as.

Materiais:

Os requeridos no guia organizacional de acordo com o formato escolhido.

Duração:

O definido de acordo com as circunstâncias e necessidades.

Espaço:

Deve satisfazer as necessidades especificadas no guia organizacional de acordo com o formato escolhido.

Alvo:

Jovem coletivo. O número de participantes está sujeito ao formato escolhido.

Esta metodologia inovadora oferece uma oportunidade de aprendizagem intercultural e desenvolvimento pessoal, confrontando os seus próprios preconceitos dos seus próprios interesses e através de um diálogo interpessoal construtivo entre pessoas que, se não fosse por isso, não teriam tido oportunidade de se encontrar. É por isso que se torna uma ferramenta valiosa para ajudar a combater o desconhecimento, a ignorância, os preconceitos e os estereótipos próprios e/ou estendidos pela sociedade de forma ativa e experiente.

Os termos em língua inglesa originalmente utilizados para designar esta ferramenta metodológica são "Human Library" o "Living Library" das quais pode encontrar várias traduções como "Biblioteca Viva", "Biblioteca Humana" ou "Biblioteca Viva". Do mesmo modo, tem também uma terminologia específica que deve ser clara para compreender a proposta:

- LIVROS VIVOS (LV): são pessoas que têm certos conhecimentos e conhecimentos como resultado da sua experiência de vida e/ou através da sua bagagem vital confrontam preconceitos e estereótipos.
- LEITORES/AS: são qualquer um disposto a passar uma parte do seu tempo a falar e a confrontar os seus próprios preconceitos.
- BIBLIOTECÁRIOS/AS: o pessoal da organização.
- LEITURAS: estas são conversas entre Livros Vivos e leitores num tempo limitado.





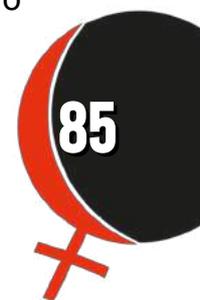
Uma vez que o principal objetivo de um BV é promover um diálogo construtivo que ajude a enfrentar os preconceitos na primeira pessoa, questionar os estereótipos existentes e reformular uma história e uma opinião própria de acordo com os direitos humanos e a dignidade humana, torna-se um instrumento ideal para abordar o sexismo com o grupo jovem. É por isso que propomos a conceção de um BV que tenha como centro de interesse as desigualdades de género no campo cultural e artístico.

Não há uma receita mestre para a organização de uma Biblioteca Viva, os elementos circunstanciais diferem em cada realidade e a metodologia tem múltiplas adaptações que os futuros promotores terão de se adaptar às especificidades do ambiente social e físico onde será desenvolvido.

Para conhecer os passos a tomar para organizar uma Biblioteca Viva pode consultar o guia metodológico de técnicas para a divulgação do património oral e literário do **projeto BABEL**, bem como o guia organizacional publicado pelo Conselho da Europa referenciado no início.

Tal como salientado nos guias organizacionais, é importante partir de uma análise exhaustiva dos estereótipos e preconceitos existentes em torno do tema que pretende descartar, de forma a poder, entre outros, desenhar um catálogo de Livros Vivos que os possa confrontar.

Tomando a lista de preconceitos e estereótipos detetados no campo que nos preocupa e indicados na introdução desta publicação, os perfis dos Livros Vivos a procurar podem ser: pessoas que questionam e/ou rompem com estereótipos na sua atividade artística e profissional, pessoas que desenvolvem iniciativas artísticas com uma perspetiva feminista (e não apenas feminina), pessoas com experiências artísticas inspiradoras em relação à aplicação da abordagem de género, referências e pioneiros, pessoas que quebraram com o teto de vidro, pessoas que tornam visível o invisível, etc.



Para se inspirar:

Report of a Human Library realizada numa biblioteca no México, cujo foco foi a igualdade de género. https://www.youtube.com/watch?v=AJjqW2N1r_I

Biblioteca vivente "Lévedo lilá", organizada pela Xandobela e Museo do Pobo Galego em febreiro de 2022.

<http://xandobela.info/proxectos/10/bibliotecavivente>





MEMES FEMINISTAS



Trata-se de uma proposta de atividade para a educação em igualdade com uma perspectiva de género através da criação de produtos digitais e contra-discurso.

A título de introdução, serão apresentados exemplos que demonstrem o tratamento sexista que os meios de comunicação social aplicam constantemente (notícias, entrevistas, publicidade, etc.) para analisar, refletir e debater as mensagens que transmitem. Também pode ver alguns dos muitos recursos analíticos existentes na rede, tais como:

- "Estereótipos de género nos media de hoje" Juana Gallego, diretora do Observatório da Igualdade da Universidade Autónoma de Barcelona, explica como os estereótipos perpetuam as desigualdades de género e influenciam a nossa imaginação: <https://www.youtube.com/watch?v=ZHZHnt5pFY0>

Depois de um pequeno preâmbulo que mostra os perigos do discurso mediático existente em torno desta questão e a conseqüente necessidade de o abordar, serão apresentados alguns dos instrumentos para criar conteúdo digital com narrativas alternativas ao discurso preeminente, como o de Meme, proporcionando ao mesmo tempo uma pequena formação de uso. Os Meme's são um formato micronarrativo digital muito popular e generalizado, que fazem parte do nosso dia-a-dia nas interações digitais, são fáceis de criar e são geralmente humorísticos. Dos Meme recebemos piadas e mensagens que moldam a nossa perceção da realidade, e tal como podem ser uma fonte de disseminação de estereótipos, preconceitos e discursos discriminatórios, eles

Materiais:

Recortes de imprensa, revistas, cortes de vídeo, imagens de campanhas publicitárias (...) com peso sexista, Smartphones com ligação à internet, - Computador + projetor + suporte ao projeto (opcional).

Duração:

3 horas

Espaço:

Espaço com mesas e cadeiras.

Alvo:

Para pessoas entre os 12 e os 17 anos em grupos de não mais de 30 participantes.



também se tornam uma ferramenta ideal para criar produtos simples a partir de reflexões complexas e para ser capaz de gerar de uma atitude crítica e proactiva o contágio necessário.

Em seguida, propõe-se que, a partir dos estereótipos, preconceitos e discriminações com base no género identificado no campo cultural e artístico, eles elaboram, individualmente ou por casais ou trios, memes que os tornam visíveis e paródias. Como fonte de inspiração e para estimular a criatividade, podem ser mostrados exemplos como os que podem ser encontrados no blog Feminista Memes (<https://memesfeministas.wordpress.com/>) ou nos resultados dos workshops do projeto Epdlab:

<https://epdlab.gal/category/temas/sexismo/>

Os Memes resultantes podem ser recolhidos numa parede digital, como o Padlet (<https://gl-es.padlet.com/>), a partir do qual cada pequeno grupo pode partilhar com o resto as suas criações e motivações criativas, impressões e reflexões sobre eles. Com os produtos digitais gerados, será elaborada uma campanha de divulgação colaborativa nas redes sociais para contribuir ativamente para contrariar o discurso sexista existente nos media.

Mujer consigue el premio Nobel tras años de trabajo

Su marido que le ayudó un poco



Ferramentas de recursos para criar memes:

WEB

<https://www.memegenerator.es/>

<http://memegenerator.net/>

<https://www.memecenter.com/memebuilder>

APPS

Meme Generator

Meme Creator

Além do Meme's, existem também outros recursos comunicativos com potencialidades semelhantes, tais como Gifs:

DOVE TROVARE GIFS

Giphy: tem uma aplicação para dispositivos móveis e está integrada em muitos serviços de mensagens.

Reaction Gifs.

ALGUMAS DAS MUITAS FERRAMENTAS PARA CRIAR GIFS

PicPac

Gif Maker

Gif Me!

OU TAMBÉM OS TEXTOS FOTOGRÁFICOS

Existem muitas aplicações que permitem trabalhar neste formato, como Phonto ou PhotoTalks, embora também possam ser feitas diretamente com o Whastapp ou o instagram.



DÊ A VOLTA AO GUIÃO



Esta atividade procura identificar, analisar e refletir sobre a representação de gêneros e as emoções associadas a cada um deles nos produtos culturais audiovisuais que consumimos, a objectificação das mulheres, o amor romântico e outras representações artísticas que normalizam a violência sexista e a influência dessas representações no dia-a-dia, etc. para dar a volta ao discurso com ironia e humor.

Propõe-se desenvolvê-lo em 3 **partes**:

PRIMEIRA PARTE

A título de introdução, serão mostrados exemplos de conteúdos audiovisuais com uma carga sexista para analisar a mensagem implícita. Para isso basta fazer uma pequena pesquisa na internet onde se podem encontrar exemplos e reflexões sobre o assunto. Algumas fontes de informação podem ser:

- "Estereótipos de gênero nos meios de comunicação social de hoje" Juana Gallego, diretora do Observatório para a Igualdade da Universidade Autônoma de Barcelona: <https://www.youtube.com/watch?v=ZHZHnt5pFY0>

Materiais:

Fragmentos de filmes, séries ou programas de tv com conteúdo sexista, Smartphones com ligação à internet. Computador + projetor + suporte ao projeto (opcional).

Duração:

3-4 horas

Espaço:

Espaço com mesas e cadeiras.

Alvo:

Grupos de máximo 30 pessoas, a partir dos 12 anos.



- «Estereótipos e papéis de género no cinema adolescente» vídeo participativo realizado pelos alunos do IES Itálica analisando estereótipos e papéis de género no cinema e a objectificação das mulheres na publicidade, na perspetiva da análise cinematográfica feminista.: <https://www.youtube.com/watch?v=0A1RCwJjkoE>.
- «Instrumento didático para análise de género em filmes românticos: a presença de mitos de amor romântico e abuso em "Três metros acima do céu". Artigo publicado na revista *Aula de encuentro* do Centro Universitário SAFA : <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/ADE/article/view/5526/5772>
- Violência sexista no cinema. Da revisão vídeométrica ao artigo da intervenção psicossocial publicado no *European Journal of Fundamental Rights*: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/96979/Dialnet-LaViolenciaMachistaEnElCineDeLaRevisionVideometric-4055508.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- "É hora de aceitar que estes filmes são sexistas" Artigo da revista *de cinema Fotogramas*: <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/g19467341/peliculas-sexistas-machistas/>
- "Os clichés machistas ainda resistem na nova era da série" Artigo no jornal *El Periódico*: <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20180528/series-machismo-estereotipos-violencia-genero-6827268>
- «Estereótipos, papéis e relações de género em séries televisivas produzidas a nível nacional: uma análise sociológica» Estudo realizado pela CIMA (Associação das Mulheres Cineastas e Meios Audiovisuais): https://www.inmujeres.gob.es/areasTematicas/AreaEstudiosInvestigacion/docs/Estudios/Estereotipos_rol_y_relaciones_de_genero_Series_TV2020.pdf
- Documentário 'Miss Escaparate', de Jennifer Siebel Newsom, sobre sexismo e os meios de comunicação: <http://educagenero.org/miss-escapate-documental>
- '19 filmes que, talvez não tenham reparado, mas são bastante machistas' Artigo no Buzzfeed: <https://www.buzzfeed.com/elliewoodward/peliculas-machistas>



- "Depois do sucesso da feminilidade mediática, onde está o feminismo?" Artigo publicado na revista científica science studies dá informação e comunicação *Comein*: <https://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero41/articulos/Article-Meritxell-Esquirol.html>
- Talk by Yolanda Domínguez for Tedx Talks 'Revealing estereótipos that not represent us': <https://www.youtube.com/watch?v=H1C-vG4yBMI>
- 'If Women's Roles In Ads Were Played By Men' AS/IS video for Buzzfeed: https://www.youtube.com/watch?v=2SrpARP_M0o

Ou aproveitar a recolha de recursos feitos pela Agareso (Associação Galego de Comunicação para a Mudança Social): https://epdlab.gal/wp-content/uploads/2018/06/02_Presentacion_Sexismo-e-roles-de-xenero_2.pdf

A partir desta primeira exposição e conseqüente debate, os participantes terão de procurar e identificar uma cena com uma carga sexista de um filme ou série que normalmente consomem. Exponha-a ao resto e explique a mensagem sexista implícita que transmite.

O teste BrechDel pode ser usado:

https://en.wikipedia.org/wiki/Bechdel_test

SEGUNDA PARTE

Individualmente ou organizando em pequenos grupos, eles terão que escolher um desses cortes de vídeo e escrever os diálogos numa chave feminista, denunciando a violência sexista e/ou exigindo uma nova representação das mulheres no cinema para dar a volta ao discurso.

Em seguida, existem duas opções não exclusivas para concretizá-lo:

Opção A: através da técnica de dobragem, para a qual existem aplicações como Madlipz (<https://www.madlipz.com/>), muito intuitiva e fácil de usar. Podem ser fornecidas fontes de inspiração como o Instagram de *La Vecina Rubia* <https://www.instagram.com/lavecinarubia/>

Opção B: através da criação de *micro-vídeos lo-fi*. Representar os guiões elaborados numa chave feminista como esboços irónicos e tribute-os com os seus próprios smartphones. Existe também a possibilidade de levar as situações representadas nos filmes para situações do seu dia-a-dia e criar um esboço cómico que os faça paródias.

TERCEIRA PARTE

Partilha dos produtos criados: Cada pessoa ou grupo criativo exporá as suas criações aos restantes recebendo o seu feedback. É de grande interesse convidá-los a divulgar os resultados através das suas redes sociais e aplicações de mensagens, instando-os a partilhá-los e até a encorajá-los a criar mais.



EXPERIÊNCIAS SOCIAIS



Esta proposta de atividade visa tornar visível e contribuir para que as pessoas confrontem estereótipos, preconceitos e discriminação com base no gênero no campo cultural e artístico.

Propõe-se uma intervenção diferenciada em três partes: preparação, implementação e partilha/reflexão.

PREPARAÇÃO

O grande grupo está dividido em pequenos grupos de não mais de 4 pessoas. Cada grupo terá de fazer uma pesquisa na Internet por experiências sociais desenvolvidas por diferentes organizações com a intenção de procurar fontes de inspiração. Cada grupo apresentará os resultados encontrados ao resto, explicando os objetivos, conclusões e potencialidades do mesmo. O facilitador também pode fornecer alguns exemplos, tais como:

- O que significa fazer algo como uma menina?", de Always Latinoamerica: <https://www.youtube.com/watch?v=s82iF2ew-yk>
- "Inspiring the future-Redraw the balance" (legendas espanholas). Vídeo de MullenLowe Londres para Inspirar o Futuro: <https://www.youtube.com/watch?v=pJvJo1mxVAE>
- "Quebrar estereótipos de gênero nas escolas", do El País: <https://www.youtube.com/watch?v=FtGcYjr0gPc>

Materiais:

Computador + projetor + suporte ao projeto (opcional), Materiais específicos relacionados com a dinâmica escolhida para a realização de cada experiência social.

Duração:

3 sessões de 2 horas cada

Espaço:

Espaço com mesas e cadeiras.

Alvo:

Para pessoas entre os 12 e os 17 anos, organizadas em pequenos grupos de máximo 4 membros.



- "Como é que te soa?", criação de vídeo eaCuenca com adolescentes recitando letra de canção machista atual:
<https://www.youtube.com/watch?v=SAwToc1Q0B4>
- "Revelando estereótipos que não nos representam", TEDx Talks by Yolanda Domínguez sobre a representação das mulheres nos meios de comunicação social e na publicidade:
<https://www.youtube.com/watch?v=H1C-vG4yBMI&t=873s>
- Vídeo completo da experiência sobre a perceção das campanhas publicitárias de moda por Yolanda Domínguez:
<http://yolandadominguez.com/portfolio/ninos-vs-moda/>
- Sabes dizer-me o nome de um filósofo? Proposta dos professores María de Toro e Míriam Varela: <https://ourensenarede.com/hola-sabrias-decirme-nombre-filosofo/>
- "El vídeo de Batman fazendo de Catwoman que mostra a hipersexualização feminina nos Video Games", de Verne-El País:
https://verne.elpais.com/verne/2019/11/29/articulo/1575025848_742566.html
- "Masculino genérico: uma experiência de linguagem inclusiva com desenhos" levada a cabo pelo Departamento de Artes Plásticas do IES Berenguer Dalmau de Catarroja: <https://www.youtube.com/watch?v=29La-ob67Ac>
- "Experiência social: papéis de género" conduzidos pela Jovesolines Spain: <https://www.facebook.com/watch/?v=679987382581827>

Depois de ver os exemplos encontrados, cada grupo terá de escolher com que estereótipo/preconceito irão lidar e através de que tipo de dinâmicas desenvolver as suas próprias experiências sociais a este respeito.

IMPLEMENTAÇÃO

Cada pequeno grupo terá de preparar e desenvolver a experiência social desenhada e recolher os resultados da sua experiência. É importante sublinhar que devem solicitar o consentimento para tomar e divulgar a imagem das pessoas questionadas, bem como reforçar a forma adequada de abordar os potenciais participantes.

PARTILHA E REFLEXÃO

Reunindo o grande grupo, cada pequeno subgrupo terá de apresentar ao resto quais as experiências sociais que decidiram implementar e porquê, partilhar as impressões durante a sua implementação e os resultados e conclusões do mesmo. Os resultados gráficos podem ser despejados numa pasta Drive a que todos os participantes têm acesso.

Depois de ouvir cada uma das experiências, pode convidá-lo a desenvolver um plano de divulgação dos resultados nas redes sociais, para que além de os partilhar com a comunidade, possa gerar continuidade para além desta intervenção específica.



15

STICKER ART PARA A IGUALDADE



Esta proposta consiste em realizar um workshop para desenhar autocolantes próprios, com materiais simples e acessíveis, e inundar as ruas com mensagens feministas.

O QUE É ARTE STICKER?

A arte sticker é uma forma de arte de rua onde a mensagem, geralmente com conteúdo político ou social sob a forma de uma imagem e/ou slogan, tem como suporte um autocolante ou adesivo. É uma forma muito popular de intervenção artística pela sua velocidade, pelos seus baixos custos e pelas suas potencialidades criativas, para

além de se tratar de uma intervenção de arte urbana mais amigável e respeitosa com a arquitetura e o mobiliário urbano do que outras formas mais agressivas, como o graffiti ou o stêncil.

Materiais:

- Folhas adesivas ou papel fotográfico adesivo; pinturas; marcadores; ceras; tesoura; Lápis e borracha; folhas.
- Opcional: scanner e impressora.

Duração:

2 horas, aproximadamente.

Espaço:

Espaço com mesas e cadeiras.
Espaço público.

Alvo:

Para grupos de até 16 pessoas, com idades compreendidas entre os 12 e os 17 anos.



Alguns artistas famosos da arte sticker são Obedy, D*Face, Clet Abraham, Stelleconfuse, Faile, Barbara.

O QUE É UM SLOGAN

Através da arte sticker podemos transmitir mensagens a favor da igualdade através de imagens ou slogans: um slogan ou slogan é uma frase curta, expressiva e fácil de lembrar, que é usada na publicidade comercial, na propaganda política, na transmissão de mensagens sociais, nas campanhas de sensibilização... Ajuda a comunicar a ideia central de intervenção artística de forma sintética e complementa a imagem que o acompanha.

DICAS PARA ESCREVER UM SLOGAN

- Jogar com uma frase familiar, refrão, letra de música, título de filmes ou livros bem conhecidos... parafraseando-o ou inspirando-se neles para criar uma mensagem.
- Usar um verbo ou ação para transmitir a força, empenho, contundência... da mensagem.
- Que seja curto e impactante, para que seja fácil lembrar e identificar.
- Deve refletir inequivocamente a posição em defesa da igualdade, com respeito e de preferência positiva.
- A mensagem tem de ser fácil de entender para pessoas de todas as idades e condições.
- Use recursos como rimas, onomatopeias, repetições, paralelos, metáforas...
- Diálogo com a imagem: preste atenção à proporção e simetria, à paleta de cores, que o slogan seja legível, que respeite um equilíbrio entre imagem e texto, que seja coerente...
- Algumas estratégias comunicativas que funcionam são a provocação, o incitamento ou o convite: fazer uma pergunta diretamente questionando os leitores, propondo desafios, convidando-os a comportarem-se de uma determinada forma... Humor é outra estratégia que podemos usar.
- Apostar na simplicidade: menos é mais.
- Use linguagem não sexista e inclusiva.





PROCESSO

O objetivo do workshop é explicado, são apresentados exemplos de stick arte com mensagens feministas e as dicas para escrever um slogan são expostas.

Em seguida, propõe-se uma ideia: trata-se de ideias que fluem livre e criativamente. Todas as ideias são escritas num quadro ou papel para que seja visível a todos os participantes no workshop. Em primeiro lugar, nenhuma das ideias é censurada ou analisada, apenas um pequeno esclarecimento ou qualificação é permitido se necessário. Quanto mais ideias surgirem, melhor.

Entre todo o grupo escolhem-se as melhores, as mais inspiradoras e as que melhor refletem as mensagens que querem transmitir: neste momento é conveniente que a eleição seja justificada, as ideias sejam expressas e ligadas às novas, e mesmo que algumas sejam descartadas. A seleção pode ser feita através do voto livre, diretamente.

Depois, e em pequenos grupos de até quatro pessoas, o material é distribuído e começa o processo de concepção dos autocolantes. Primeiro as imagens e os slogans são decididos, e os esboços são feitos em folhas de papel. Finalmente, o slogan e/ou imagem é desenhado no papel adesivo e cortado. Também podem ser digitalizados e impressos diretamente em papel fotográfico autocolante.

Opcionalmente, pode sair-se à rua para colar os autocolantes resultantes em postes, caixotes, etc. (locais onde a arquitetura, o mobiliário ou a propriedade privada não sejam atacados) bem visíveis para as pessoas. Também podem ser feitas cópias digitalizando e imprimindo em papel autocolante para distribuir por todo o grupo para que possam repartir por outras pessoas.



Alguns exemplos inspiradores da arte feminista sticker:



<https://ar.pinterest.com/bcuvertino/stickers-feministas/>.

<https://www.asociacion-alma.es/pegatinas-feministas>: uma série de autocolantes feministas onde mulheres desconhecidas estão representadas juntamente com uma seleção de frases da luta feminista.

Algumas ideias inspiradoras:

Embora os desenhos tenham de começar pelo brainstorming que é feito com o grupo, propomos abaixo algumas ideias sobre tópicos gerais que podem ser abordados:

- Tornar mulheres pioneiras ou relevantes na história.
- Propor desafios ou questões que envolvam uma ação por parte do leitor.
- Evidência de micro-machismos.
- Exigências feministas históricas ou atuais.
- Estereótipos de género e seu contrário/ sua réplica.
- Romper com o sexismo nos produtos do dia-a-dia: jogos, moda...

PALAVRA DE VULVA



Materiais:

- pastilha de espuma em folhas de 1-3 cm (musgami);
- tecidos;
- pasamanería;
- cola para tecido;
- brilho, penas;
- giz colorido, spray de fixação de cabelo;
- tecido com fio (para o teatro, pode-se usar um lençol duplo ou uma capa de sofá colorida, pendurados na corda com molas de roupa); música.

É aconselhável organizar o material em cestos ou caixas, divididos por tipo.

Duração:

1h30 para a oficina de construção;

1h30 para exercícios de animação e produção de esboços.

Espaço:

Espaço com mesas e cadeiras. Uma sala para pendurar a corda com o tecido e ensaiar os esboços.

Alvo:

A partir de 15 anos.

O workshop divide-se em duas sessões de uma hora e meia cada (ou uma única sessão de 3 horas): uma de construção e outra de animação e criação de um esboço. O objetivo da oficina é criar um alter-ego vulvar, que possa comunicar, através de palavras ou movimentos, o que se pretende. Como diz Alain Recoing na escrita "AT THE BASE: THE GLOVE - SUGESTÕES PARA APRENDER O Boneco de LUVA".

[...]

O piano não é um portador de significado. É o som que emite sob os dedos do pianista que é significativo. A marioneta, por outro lado, é ao mesmo tempo o instrumento que emite o sentido mas é também o portador do sentido (é o próprio sentido).





A nossa vulva torna-se assim uma marioneta, movida pela mão do seu criador, transmite significado e é também uma portadora de significado.

Na fase de construção usamos modelos (formas de cartão) para traçar na espuma a forma do que vai corresponder ao clitóris e, em outra borracha de espuma, do que será o grande lábio.

Para maior clareza, as instruções detalhadas com as fases de construção, fornecidas pelo coletivo feminista italiano *Le Pupazzare*, são anexadas.

<https://www.facebook.com/lepupazzare/>

Uma vez que as formas de espuma de borracha foram feitas e montadas graças ao uso de cola têxtil (tipo Bostik), começamos com a cobertura de decoração com tecido, coloração com giz colorido, adicionando brilho, penas ou qualquer outra coisa que possa dar "personalidade" à nossa vulva.

Enquanto isso, o orientador vai preparar o teatro: procure dois pontos opostos na sala para colocar um fio resistente e colocar sobre ele um tecido, que servirá para esconder os animadores e líderes de claqué.

Após a fase de construção, é bom dedicar tempo a exercícios de animação: como se chama a nossa vulva, qual é a sua personalidade e que objetivos persegue? Como é que a nossa vulva se move num teatro? Que ações pode tomar? Que voz tem? Se se encontra com uma amiga, o que dizem?





O monitor/a reúne todos os participantes na zona onde montou o simples teatro e mostra como manusear a vulva por detrás do tecido:

- quanto levantar o braço;
- como entrar e sair do local;
- a importância de observar a marioneta quando é animada, para lhe dar vida;
- a importância de fazer movimentos precisos e limpos.

Pode jogar muito criando situações divertidas com vulvas sozinho, em pares ou em grupos. Os exercícios que recomendamos são os seguintes, desde a primeira abordagem a relações mais complexas:

- entrar e sair do local, certificando-se de que a vulva é visível ao público;
- entrar, fazer um movimento e sair do local;
- entrar em dois lados opostos, olhar um para o outro, deixar a cena;
- entrar em dois lados opostos, olhar um para o outro, amar/odiar uns aos outros, deixar a cena;
- entrar em dois, envolver-se em uma conversa sobre um determinado tópico, cumprimentar-se e deixar a cena;
- junte-se a um grupo (3-6 vulvas), dance com uma canção ou mús

Cada exercício pode durar de alguns minutos a dez minutos, dependendo da forma como os participantes reagem. Todos podem tentar tudo, ou as primeiras líderes de claqué farão as coisas mais simples e as últimas mais complexas, para terminar em conjunto com a cena de grupo.

Depois de termos experimentado várias possibilidades, dividimo-nos em grupos de 2-4 pessoas e, dado um tema, (no nosso caso pode ser feminismo; amor; homens; sexo; ...) tentamos construir uma cena que tenha as seguintes características: brevidade, simplicidade e nitidez.

O tempo necessário para a criação da cena pode ser de 30 minutos. Por sua vez, cada grupo mostrará o seu resultado, e depois de cada cena pode comentar o que foi mostrado.

A atividade pode ser proposta com grupos de qualquer idade, a partir dos 15 anos, e de qualquer sexo. Na verdade, para falar de estereótipos também é muito interessante ouvir homens que dão voz às vulvas.

Não nos esqueçamos, claro, que quando a marioneta fala, não somos nós: a marioneta pode dar-se ao luxo de ser politicamente incorreta, vulgar ou ridícula... mas sempre nos dirá a verdade.

Uma vez criadas as cenas que funcionam, pode ser organizada uma "Grande Gala da Vulva", na qual a obra é mostrada noutros contextos, com o objetivo de entreter e fazer com que o público reflita sobre os temas propostos pelos esboços.

Em anexo está o precioso **"DECALOGUE INÚTIL EM NOVE PONTOS E MEIO PARA Marionetas Inquietas"**, de Paolo Sette, marionetista milanês, em que são dadas algumas indicações de forma irónica e poética sobre como o marionetista pode aproximar-se da sua marioneta. Um manual muito útil para o condutor da oficina.



DECALOGUE INÚTIL EM NOVE PONTOS E MEIO PARA MARIONETISTAS INQUIETOS/AS por Paolo Sette

Um. Um marionetista ou marionetista pode ser reconhecido porque não está com as mãos cruzadas, mas com as mãos sobre as marionetas.

Dois. Suja as mãos. Faz teatro de rua e de rua. Em festas privadas e públicas. E estabelece objetivos elevados: crescer e crescer a sua arte e o seu público. Mesmo um nada. No início, confia nos professores e depois trai-os para fazerem o seu próprio caminho. Participa em prémios e concursos (embora não necessariamente), mas não se importa com o primeiro ou o último desde que conquista (desde que tenha sido admitido!). Prefere perseverar em cometer erros. Ouçam as críticas e respeitem os julgamentos. Quem se colocar à frente de uma audiência não pode isentar-se destas avaliações. Transforma, se pode e se acredita que têm valor, críticas e julgamentos em experiência. Do resto, vai lembrar-se. Não toma nada como garantido e estabelecido. As marionetas podem dizer e fazer mais do que costumam dizer e fazer. O marionetista cava fundo e procura tesouros porque a vida é mais rica do que imaginamos, e você tem que cultivar a sua imaginação. As marionetas sabem de tudo isto e sabem-no bem. E mostram-no constantemente aos marionetistas e ao público. O marionetista observa, aprende e rouba aos seus colegas (mas nunca às marionetas!). Observa-os e respeita-os sempre, porque sabe que ser marionetista não é fácil, é difícil. O marionetista cria o seu próprio caminho e tenta ser original. Nunca parece que chegou. Nunca se sente como um professor. É inerentemente humilde. E diverte-se. Não só depois, mas especialmente durante o trabalho.

3. O marionetista olha para o seu próprio teatro por baixo. Da base. Da Terra. A sua perspectiva é subterrânea: talvez seja por isso que as suas criaturas são grotescos. O teatro dos marionetistas é um pequeno, rebelde e pobre teatro. O marionetista sente a terra abaixo e observa o ar movido pelas marionetas no céu do quartel. O marionetista percebe o mundo por trás. De uma vida após a morte. De uma separação. Talvez seja por isso que fala com metáforas. E a sua metáfora mais talentosa é a marioneta. O marionetista faz um teatro que para ele viver tens de pôr a mão, ou as duas mãos, nas entranhas. Dentro ao fundo. Caso contrário, a marioneta fica vazia, uma metáfora levada literalmente. Mas se é a marioneta que leva uma metáfora literalmente, então torna-se cómico, mas isso é outra história.



4. O marionetista moderno não tem certezas. Está inquieto. Debate-se em busca de um caminho que talvez não exista. Mas não segue o caminho da "tradição" (é alérgico a bons rótulos publicitários e "é assim que se faz, sempre foi feito assim") e não adapta os espetáculos a crianças ou adolescentes, não é um símbolo. Preso entre expectativas e exigências que lhe são alheias, não tem escolha a não ser andar à deriva: entre rochas e sirenes. A única certeza do marionetista é talvez a de estar fora do tempo (mas espero que não esteja fora do tempo). É a sua alegria inquieta. E a substância dos seus espetáculos.

5. Uma marioneta não é apenas um objeto. Por exemplo, a marioneta é em si um para-raios, e é por isso que se ergue no ar acima do dedo apontando para o céu do marionetista, mas é também a energia que o para-raios recebe e descarrega na Terra e que serve para animar a marioneta. Uma marioneta fora do espetáculo é sempre uma coisa vital. O marionetista tem a tarefa de encontrar o que dá vida à marioneta no palco: o seu hálito. Que é um ritmo, uma voz, uma postura, um gesto e até um pensamento. Nestes momentos felizes em que a marioneta encontra o seu próprio fôlego em palco, o marionetista é precedido e surpreendido pela marioneta que anima. Uma marioneta é simultaneamente o relâmpago e o para-raios.

O marionetista ou marionetista está sozinho sob a tempestade.

6. Tens de confiar na marioneta. Não no sentido de que tudo o que faz ou diz está bem. Na verdade, não basta agitar uma marioneta no palco para conseguir um espetáculo de marionetas e não basta colocar os pensamentos de um marionetista empenhado na boca porque se torna automaticamente uma marioneta revolucionária e rebelde. A marioneta tem vida própria. E só na marioneta-marioneta/triangulação pública é que a própria vida da marioneta encontra o seu significado. O marionetista pode trabalhar neste "sentido", mas é o boneco que dirige o jogo. E o marionetista não tem escolha a não ser confiar nele.

7. As marionetas são cruéis. Reforçados pelo seu nada, dialogam com os deuses e com a morte. Tudo nas marionetas é feito de madeira ou tecido e o seu interior é feito de uma respiração. Seu coração é feito de nada ou talvez apenas de ação e desejo de viver e agir. E é isso que dá o tom para as aventuras particulares que lhes acontecem. Não se zangam se forem despromovidos em espetáculos que ofendam a sua crueldade. São mais fortes que um mau espetáculo. Nestes casos, porém, o espetáculo tem o triste gosto da nostalgia mal-envelhecida, uma desculpa patética para justificar um atraso irre recuperável, mas a marioneta continua a abrir perguntas ao público. Porque a marioneta é e não é, sempre. Mesmo num mau espetáculo.

A marioneta não é animada por um desejo de conciliação, a marioneta simplesmente vive. E é por isso que são cruéis e ternos ao mesmo tempo. São como a Laurel e o Hardy. São como Ubu Re. São cómicos e líricos. E ninguém pode ser tão mau como eles, porque são uma contradição, um paradoxo vivo que se resolve, quando tudo está a correr bem, só nos quartéis.

8. As marionetas são épicas. Encorajados e governados pelo marionetista, só estão realmente vivos no palco quando encontram a sua independência do marionetista.

A marioneta, na sua essência, mostra ao espectador que o mundo pode ser controlável. A marioneta não pede empatia, mas faz de nós um espelho: é um

estranho, mas parece-se connosco. A marioneta é a quintessência do afastamento. Graças às marionetas aprendemos que o mundo é transformável, porque cada vez que atuam fazem uma luta épica pela sua afirmação. Mas, ao mesmo tempo, nesta luta, são mecânicos e desajeitados, e por isso é incrivelmente humano e os nossos irmãos. A principal vantagem da marioneta é a naturalidade da estranheza, o seu carácter totalmente terrestre e artificial e, numa palavra, o seu humor.

9. Como um louco, na rua ou em casa, o marionetista fala consigo mesmo. Muitas vezes acenando com as mãos no ar. Isto acontece não só porque está a ensaiar as vozes, expressões e diálogos das suas marionetas na sua ausência, mas sobretudo porque o seu pensamento é dialético: o marionetista por trás de cada afirmação ou escolha encontra a sua marioneta imaginária que abre outro horizonte diferente e inesperado. E não consegue deixar de discutir: às vezes luta e às vezes brinca.

Não é preciso muito para fazer um espetáculo de marionetas: um conflito. E depois coração, jogo e relacionamento. Relação com a marioneta, na verdade, mas também com o público. Na verdade, é o privilégio da marioneta estabelecer um diálogo com os espectadores, uma vez que não acontece em nenhuma outra forma de teatro. Cada marionetista recusa então este privilégio de acordo com a sua própria sensibilidade e os seus próprios ideais: há aqueles que simplesmente fazem o público gritar e aqueles que tentam viver uma experiência com o seu público. O marionetista, mais do que ninguém, pergunta-se constantemente para onde vai a sua arte, que futuro terá. e qual será o seu papel na sociedade. E se não lhe perguntares, ele não é um marionetista, é um animador.

Nove encores (sugerido por uma marioneta imaginária). Um marionetista ou uma marionetista não escreve e não segue decaólogos.

FIM

Aprecio o decaólogo de Gigliola Sarzi, o "citar; Exercícios de estilo com marionetas nos quartéis de Allegra Brigarata / SineTema e Teatro del Corvo, o pensamento de Gabriel Castilla, os ensinamentos de Karlos Herrero e Tonino Murru e exemplos de Marcello Ricci, Paola Bassani, Marco Lucci, Salvatore Fiorini, Alessandro Guglielmi e todos os marionetistas que encontrei.



LE PUPAZZARE E SCOMPIGGLI IL PATRIARCATO NELLA!!
 COSTRUISCI LA TUA VULVA PARLANTE!!!!

- HAI BISOGNO DI
- 2 FOGLI GOMMAPIUMA
 - SPESSORE 3CM
 - SPESSORE 2 CM
 - GRANDI +/- 40x30 CM
 - FORBICI O CUTTER
 - PALLINE PING PONG
 - PASTELLI DI GESSO COLORI BRILLANTI
 - PENNARELLO INDELEBILE
 - LACCA PER CAPELLI
 - IL PIANO DI NON UNA DI MENO
 - CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE
- OFFRE COLLA COME QUESTA
- TIPO BOSTIK ADULTI MIGLIORE CON E FINESTRE APERTE APPLICARE SEMPRE SULLE DUE PARTI E ASPETTARE 2 MINUTI PRIMA DI INCOLLARE (INCOLLA SOLO SE EVAPORANO I COMPONENTI)
- COLLA ACETOVINILICA (ES. POLISTICOLLA) PUZZA MENO E NON DEVI ASPETARE MA DIVENTA DURA E TENDE A STACCARSI!
- TUTTO QUELLO CHE TROVI DI BELLO PER DECORARE LA TUA VULVA PARLANTE

TANTA PAZIENZA E 1 ORA DI TEMPO!!

- 1 TAGLIA 3 PEZZI DI GOMMAPIUMA DI QUESTE FORME CHE PUOI MODIFICARE COME VUOI
- 2 PRENDI IL PEZZO A E PIEGALO A PANINO CON LA MANO CHE USI PER SCRIVERE DI SOLITO
- 3 SEGNA CON IL GESSO IL PUNTO IN CUI INIZIANO LE TUE DITA
- 4 PIEGA E INCOLLA LA PARTE SUPERIORE DEL PEZZO B IN MODO DA FORMARE UN CONO PER LA CLITORIDE
- 5 ORA INCOLLA IL PEZZO B AL PEZZO A MA SOLO DOVE IL PEZZO B È TONDO

ARROTONDA LA GOMMAPIUMA CON COLPI DI FORBICE

STRISCIA DI COLLA STRISCIA DI COLLA

ALTRA DITA POLICE

- 6 PREMI BENE LA VULVA CHIUSA PER INCOLLARE DOVREBBE RISULTARE COSÌ
- 7 ADESSO GIRALA E TAGLIA LA GOMMAPIUMA PIÙ SPessa LUNGO LA LINEA DELLE DITA (PUNTO 3)
- 8 ORA PUOI INCOLLARE IL PEZZO C (CLITORIDE) ALL'INTERNO DI B1
- 9 DISEGNA LE PUPILLE CON IL PENNARELLO INDELEBILE E INCOLLA GLI OCCHI DOVE TI CONVINCONO DI PIÙ
- 10 PER COLORARE LA VULVA ARROTONDA UN PO' I GESSETTI SU UN FOGLIO DI CARTA E DISEGNA SULLA GOMMAPIUMA DIRETTAMENTE COI GESSETTI
- 11 E ORA DECORALA COME VUOI TU, USA LANA/CORDINI TESSUTI / CARTA / PUME E QUANT'ALTRO PER FARLE I PELI, I DENTI, IL MESTRUO O QUELLO CHE TI SUGGERISCE L'ISPIRAZIONE
- 12 DALLE UN NOME, UNA VOCE E PORTALA ALLA MANIFESTAZIONE!

SE HAI INCOLLATO SOLO LA PARTE TONDA DELLE PICCOLE LABBRA A QUESTO PUNTO DOVRESTI RIUSCIRE A INFILARE LA MANO E A FARLE APRIRE E CHIUDERE LE LABBRA SE NO PROVA A SCOLLARLA O RITORNA AL PUNTO 7

URCA WOH CHE BOAMBA

POSSO VEDERE!!!

QUANDO SEI SODDISFATU DEL RISULTATO FISSA IL GESSO CON LA LACCA

HAI QUASI FINITO!!! GIURO!

SIAMO BELLISSIME NEVVERO!?

FAI DELLE SFUMATURE PIÙ CHIARE E PIÙ SCURE PER METTERE IN RISALTO LE PARTI DA LONTANO

PAGINA FACEBOOK LE PUPAZZARE INSTAGRAM PU.PUPAZZE

FINE

FLASHMOB



Um *flashmob* (do flash inglês, relâmpago, entendido como um evento rápido e imprevisto, e *mob*, multidão) é uma súbita concentração de um grupo de pessoas num espaço público, que se dissolve em pouco tempo, com o propósito comum de praticar uma ação incomum. A organização começa a partir de um site, blog ou página social, e, em seguida, potencialmente chega a qualquer pessoa através de boca em boca on-line. As regras de ação são geralmente explicadas aos participantes poucos minutos antes de acontecer, talvez por alguns membros do grupo que já aprenderam a ação e que orientam outros. Se necessário, as instruções podem ser distribuídas com bastante antecedência para permitir que os participantes se preparem corretamente. Na Europa, o primeiro evento deste género teve lugar em Itália, em Roma, em julho de 2003. Eventos semelhantes já tinham ocorrido em Nova Iorque, São Francisco e Tóquio.

Duração:

2h organização;

15 minutos de realização ;

Espaço:

Um local público (como uma praça, ou o salão de um centro comercial) para realização. Uma sala, um ponto de encontro para a organização.

Alvo:

Um grupo de adolescentes de 16 anos:

organizadores. Qualquer um, dos 10 aos 99 anos: utilizadores.





Existem diferentes **tipos** de flashmobs:

- dança: a multidão executa uma coreografia específica, que pode ser coordenada, especulada ou mesmo absolutamente individual e não necessariamente com apoio musical;
- congelamento - as pessoas permanecem imóvel durante um certo período de tempo de 3 a 5 minutos;
- beijos e abraços: o grupo beija e abraça todas as pessoas à sua volta;
- de massa: os participantes reúnem-se em grande número em alguns quadrados durante alguns minutos e dissolvem-se;
- *smart mobs*: as pessoas encontram-se para fins políticos ou sociais.

Precisamente este último tipo pode ser o mais adequado para transmitir exigências relacionadas com questões de género, ou para chamar a atenção do público para uma questão relevante relacionada com a discriminação: isso já foi feito no passado, incluindo por grupos feministas³.

Aqui estão os **passos** básicos para organizar um flashmob temático:

- Em primeiro lugar, tem de decidir qual é o objetivo que pretende alcançar através do flashmob e sobre que tópico pretende atrair a atenção do público insuspeito. O conselho é discuti-lo com o grupo de

³ <https://www.open.online/2019/12/05/lo-stupratore-sei-tu-dal-cile-alleuropa-ecco-il-flash-mob-femminista-che-sta-facendo-il-giro-del-mondo/>

adolescentes com quem está a trabalhar: há alguma questão relacionada com a discriminação de género que seja particularmente "viral"? Ou foi inaugurada outra exposição de arte sem sequer a obra de um autor? Ou talvez queiras realçar o quão injusto é o fosso salarial entre homens e mulheres? É importante centrarmo-nos bem no assunto e não ficar demasiado genérico na sua definição.

- Em segundo lugar, é necessário identificar o local onde o flashmob terá lugar: numa grande cidade, será suficiente identificar uma praça muito frequentada, ou um centro comercial; numa pequena cidade pode-se pensar em organizar o flashmob por ocasião de um mercado local, ou algum evento que atrai as pessoas para a praça, ter o maior número de audiências possível.
- O sucesso de uma flashmob depende da originalidade, vivacidade e atratividade do evento, pelo que é necessário escolher um tipo de exposição adequado para o tema e para o local escolhido. Além disso, temos também de ter em conta a complexidade organizacional de eventos elaborados, como uma coreografia, ou uma canção, que são complicadas de preparar e disseminar, e que requerem inúmeros ensaios para a sua realização. Portanto, podem ser preferidas ações mais simples, mas igualmente impactantes: um elemento visual muito óbvio do guarda-roupa ou de uma cor particular; colorir uma parte do corpo e mostrá-la durante o flashmob, por exemplo, mãos vermelhas; uma posição significativa que simboliza retaliação ou oposição à discriminação; cartazes que desenrolam e lançam mensagens e slogans sobre o tema escolhido... As possibilidades são muitas e em <https://www.flashmob.tv/>, ou em <https://www.youtube.com> pode encontrar muitas ideias. O importante é que a ação da flashmob seja curta, improvisada, precisamente um "flash": de repente algo acontece e, passados alguns minutos, a ação acabou e os participantes dissolveram-se.
- Uma vez definida a forma do flashmob, é tempo de envolver o maior número de pessoas possível: em primeiro lugar, a partir da rede de contactos pessoais, via mensagem ou e-mail; também criar um evento no Facebook e usar todos os canais sociais disponíveis. É de fundamental importância dar indicações claras sobre o local e a hora do encontro, sobre que ações devem ser realizadas, que roupas e/ou objetos levar consigo, quais serão os sinais de partida e fim da flash mob. Se necessário, pode criar um tutorial que mostre claramente a ação a ser executada, ou fornecer material imprimível (por exemplo: o cartaz) que cada participante pode imprimir de forma autónoma.

- Durante o flashmob é importante fazer uma documentação precisa de tudo o que acontece, através de fotos e vídeos, para ser capaz de divulgar possivelmente através das redes sociais (quando se trata de fotos e vídeos em contextos com muitas pessoas não é necessário ter autorizações para o uso de imagens).

No final do flashmob, se este foi concebido graças à colaboração de um grupo, pode ser útil comentar como foi, talvez visualizando a documentação recolhida, ter uma ideia do impacto gerado pela ação proposta.



18

CANTASTORIE



Materiais:

- livros temáticos
- Ligação à Internet e possibilidade de utilização de telefones (tablets ou computadores para investigação)
- folhas/papel reciclados e lápis/marcadores para esboços
- vários lençóis brancos antigos (qualquer tamanho)
- cores acrílicas de água
- recipientes para pintura
- escovas médias
- folhas de plástico resistentes ou caixas abertas grandes, de modo a não sujar o chão ou as mesas
- lápis reciclados e folhas de papel para fazer esboços
- postes de madeira de 3-5 cm com um comprimento de cerca de 2 metros (um para cada *cantastorie*)
- agrafador
- instrumentos musicais (também feitos com material reciclado).

A *cantastorie* é um tipo de storytelling/show que usa técnicas eficazes de comunicação ativa, manifestando-as através de sons, imagens, palavras, gestos.



MUSAS

Duração:

4 reuniões das 1h30 + 1h para a performance, estruturadas da seguinte forma:

- conhecimento do grupo, escolha de histórias e divisão em subgrupos (4-8 pessoas)
- divisão da história em sequências; storyboard ; realização das telas
- realização das telas e ensaios
- ensaios
- desempenho

Espaço:

Uma sala de estar com grandes mesas sobre as quais desenhar e pintar e um espaço vazio para fazer o aquecimento do corpo e ensaiar a história.

Alvo:

Pessoas a partir dos 12 anos





Os campos de aplicação desta técnica podem ser múltiplos: pode ser uma forma de teatro comunitário, bem como uma performance de denúncia. É certamente um excelente exercício de aprendizagem cooperativa para grupos escolares ou grupos de educadores, se se envolverem no momento criativo, e é também uma excelente oportunidade para a aprendizagem informal ou não formal, dependendo dos contextos em que é proposto. Quanto aos tópicos abordados no projeto *Muses, a cantastorie* é uma ferramenta eficaz para reformular e divulgar conceitos a um grande público, envolvendo-os na narrativa e, portanto, tornando-os um participante ativo na história.

Esta atividade é proposta focada no tema do projeto Musas, estereótipos de género, mas não só: por exemplo, a atividade foi testada com um grupo de adultos em setembro de 2021, que quiseram contar uma história da tradição árabe reformulada por R. Piumini no livro *"Storie d'un fiato"*, intitulado *"Gli occhi di Satina"*. Veja aqui o texto da história:

<https://blog.libero.it/Terri19/12647711.html>

Naturalmente, será importante dedicar o espaço certo à escolha da história, partindo do significado de algumas palavras-chave *como estereótipo, preconceito, desigualdade de género*.

- observar se a história lida com aspetos que dizem respeito aos nossos súbditos;
- observar se o protagonista ou qualquer outro personagem representa um estereótipo (por exemplo: a princesa fraca, o cavaleiro bonito e corajoso..);
- observar o ambiente/contexto em que a história se realiza e avaliar se se trata de um ambiente tendencioso;
- refletir sobre a forma como os personagens podem ser esteticamente representados. Naturalmente, se estes aspetos não estiverem todos

presentes na história, pode-se considerar adicioná-los na escrita, reforçar e energizar a história.

Abordaremos agora a *técnica da cantastorie*, como uma ferramenta muito útil para partilhar e divulgar as reflexões feitas no seio do grupo de trabalho. Em seguida, transferimos as partes essenciais do desenvolvimento da *técnica cantastorie*, desenvolvida no guia metodológico do projeto Babel-Erasmus+, elaborado pelo mesmo grupo de trabalho que aqui escreve, nos anos 2017-2019.

Para uma descrição do que é concretamente a *técnica da cantastorie*, referimo-nos, portanto, ao guia metodológico preparado nessa ocasião: <https://babelerasmusplus.weebly.com/producto-intelectual.html>

As **fases do trabalho** para chegar à encenação de uma *cantastorie* são as seguintes:

1 A **identificação e escolha da história** mais adequada para uma narração oral, em voz alta, entre as sugeridas pelos participantes.

É possível extrair de notícias de eventos (artigos de imprensa); histórias de tradição oral ou escrita; experiências pessoais que aconteceram com os participantes.

Naturalmente, a escolha da história deve ser partilhada pelo grupo.

O texto deve ser simples, direto e claro. É importante que na elaboração da estrutura a divisão em cenas seja organizada.

Recomenda-se numerá-los, verificar como serão então organizados visualmente através dos desenhos.

2 A identificação do **ritmo da história**.

As marcas de ritmo, antecipa, surpreendem e podem criar suspense ou fechar uma frase. É muito importante manter a atenção de um público. E, mesmo sem grandes capacidades, somos todos capazes de reconhecê-lo e segui-lo, bem como de compreender a sua variação. Para caracterizar a história usando o ritmo, além de usar a estrutura rítmica dentro da história, você pode usar o apoio de instrumentos musicais clássicos como guitarra, acordeão ou instrumentos de sopro.

No entanto, se não tiver habilidades musicais, use percussões simples como tapas, baquetas, assobios... ou qualquer coisa que faça barulho também é eficaz.



O ritmo também pode ser dado pelo uso da voz e das palavras, optando por abrandar ou acelerar algumas partes do texto, brincando também com os volumes da voz ou com o tom do mesmo. Também é possível inserir canções e sons em que o público também participa. Finalmente, até os gestos podem dar ritmo: a repetição dos movimentos realizados pelo coro, ou a percussão corporal podem ser ferramentas eficazes para carregar o ritmo usando o coro.

3 A **reformulação** da história encontrada pelo grupo, através da reescrita do texto a partir da identificação das imagens mais importantes. Lembre-se de numerar as cenas para serem narradas..

4 Utilização de **imagens**

As imagens devem corresponder às cenas identificadas no texto. É por isso que é essencial desenhar um storyboard (uma tela em constante evolução), para ser ágil nas mudanças que andam de mãos dadas com a organização do texto e o envolvimento do coro. É importante que as imagens sejam simples e nítidas.

É preferível que as imagens digam algo que o texto não conta, mas também podem ser didáticas.

Se optar por desenhar em tecido, é aconselhável primeiro fazer o desenho com giz e depois rever os contornos com a escova e o acrílico preto para finalmente colorir com tintas de água acrílica. O acrílico permite-lhe manter o seu trabalho mesmo à chuva ou a lavar tecidos. Se trabalhar com crianças ou adolescentes, a tempera pode ser usada.

Abaixo está um resumo de possíveis "telas de cantastorie". A escolha de como ilustrar a sua história pode ser muito variada.

- **Flip Flop:** a *cantastorie* é composta por vários tecidos sobrepostos e unida, como páginas, para que possam ser "passadas" como se fosse um bloco de notas. A *Cantastorie* pode passar as "folhas" de forma independente ou usar o coro.
- **Pergaminho:** o tecido pode ser muito comprido, enrolado vertical ou horizontalmente. A tela será "desenrolada" seguindo a narrativa, como se uma única imagem narrativa estivesse lentamente a ser revelada. O trabalho pode ser feito manualmente ou mecanicamente (com um sistema de manivela).



- **Tecido único com caixas:** toda a história é ilustrada num único tecido. Cada cena está fechada numa caixa, talvez numerada.

É claro que é possível que estes tecidos tenham aberturas ou "janelas", através das quais podem aparecer caracteres (pequenas marionetas ou silhuetas) ou outros desenhos.

S O uso do **coro**

O coro é o elemento intermediário entre o narrador e o público: como foi o caso do teatro grego, o coro estimula o pensamento crítico e a reflexão e ensina-nos a sermos cidadãos conscientes e participantes na vida da comunidade. Ao mesmo tempo, é uma ferramenta adicional que a *Cantastorie* tem de mobilizar a ação. O coro, no teatro grego clássico, era considerado um organismo unitário e é uma espécie de "personagem coletivo" que dança (ou se move de forma coordenada), canta e comenta a narração. O coro é tradicionalmente composto por pessoas "amadoras" retiradas do público e submetidas a treino (ensaio) e é liderada por um coryfeu, que é a pessoa "diretora do coro". O coro, portanto, participa na ação, muitas vezes comenta, às vezes encontra soluções, quase sempre expressa manifestações emocionais e atua como um painel de ressonância (faz repetição e, portanto, ritmo).

No nosso grupo de trabalho de 6 podemos ter uma *Cantastorie*, um diretor de coro e 4 membros do coro.

A *Cantastorie*, portanto, interage com o coro, que muitas vezes amplifica palavras ou frases importantes e enriquece a narrativa com gestos e sons. O coro é geralmente organizado nas laterais do pano desenhado, de modo que forma um semicírculo para o público de modo a não impedir a visão e está em formação de "cluster" (se composto por muitos membros, com o mais alto em segundo plano) ou em linha. Em relação à história pode estar de pé apenas de um lado ou de ambos os lados, os membros podem estar todos vestidos da mesma forma (para enfatizar o elemento unitário e destacar os gestos).

6 O uso da **música** criada mesmo com objetos simples.

Se não tiver músicos ou habilidades musicais especiais disponíveis, torna-se importante incluir nas canções de performance, canções infantis e efeitos sonoros (talvez criados com materiais de reciclagem - por exemplo: maracas, folhas de jornais -, ou distribuídos a uma parte do público é "instruído" neste momento), além de simples percussão corporal, por exemplo, bater palmas ou com o pé ao ritmo.

7 O uso do **espaço**

O espaço deve ser adequado para a performance: se a tela é de tamanho limitado (pouco visível à distância), se se prevê pouco público, se o grupo da *cantastorie* é pequeno, então é melhor escolher um espaço que não seja muito grande; ao mesmo tempo, não deve ser muito pequeno para ser capaz de acomodar a *cantastorie* O coro e o tecido. É também necessário considerar o conforto dos gestos pretendidos (como virar as páginas do tecido, se é composto por várias páginas; ou descontraí-lo ou como coordenar os movimentos do coro). Pode ser funcional ter uma plataforma elevada, mas a beleza da *cantastorie* também reside no facto de se desenvolver entre as pessoas, portanto" ao mesmo nível, mesmo metafórico, do público. Se você espera muito público em uma grande praça, sem ter que recorrer a uma plataforma, você pode, por exemplo, usar um pano que é "sobre-levantado" graças a postes altos, ou mesmo mantido por mosquitos.

No arranjo espacial deve ter-se em conta que a parte da ação (que inclui *cantastorie*, tela e coro) formará uma espécie de semicírculo que será completado com o público, precisamente para dar aquela ideia de "circularidade" em que o elenco de representação e o diálogo do público espectador.

8 Interação com um **público** alargado, com o objetivo de manter a atenção

Dado o grande valor social da *cantastorie*, é essencial que o público esteja ativamente envolvido e que seja uma audiência tão participativa que a "quarta parede" seja totalmente flexível e móvel.

O público completará o círculo de diálogo e remeter-nos-á para o que a *Cantastorie* diz. O público é, portanto, um interlocutor, mas também um ator, porque pode estar envolvido; mas também pode tornar-se um coro, com uma participação muito mais ativa do que a resposta simples a uma pergunta. Por exemplo, o público pode ser avisado que sempre que a *Cantastorie* diz, "bata à porta", terá que responder com: "OCD TOC"; ou pode escrever a letra de uma canção em grande e claramente visível e pedir ao público para cantá-la em conjunto; ou pode até convidar o público a fazer gestos codificados. Muitas vezes, para uma primeira abordagem de "quebra-gelo", dois espectadores são convidados a segurar os postes que seguram o tecido.

9 **Representação** perante uma audiência.

É importante que a *Cantastorie* seja reconhecível durante a performance: talvez com um chapéu ou maquilhagem e, especialmente se não estiver habituado a ser o centro das atenções, um traje que pode ajudar a superar o embaraço. Uma pequena apresentação é importante, para explicar o que vai ver; o público já pode ser avisado que terá que "ajudar", ou pode ser uma surpresa. Durante a performance é importante manter sempre o contacto visual com o público, que pode ser estimulado com perguntas e ações preparadas com antecedência ou mesmo improvisadas. O encerramento pode ser claro e talvez escrever no pano final da *cantastorie* a palavra "fim", ou pode ser fechada com uma canção, mas apelando para aplausos. Pode explicar a intenção da performance, pode "passar a tampa" (ou seja, pedir uma oferta), ou vender as "folhas voadoras" nas quais as histórias/canções narradas são escritas e, finalmente, pode distribuir outro material relacionado com o que foi visto.

Em particular, a distribuição de *folhas voadoras* parece eficaz neste contexto, especialmente se a história contada for retirada de uma notícia. Nesta ocasião, seria também interessante distribuir os documentos produzidos no workshop proposto neste guia intitulado "Manifesto-Ação".

Aprofundar os
projetos de formação
já realizados com
a técnica *cantastorie*:

https://issuu.com/theadventureofreading/docs/att_loc_it_cantastorie_monza_e





MUSAS

