



**VOICE**

## **GIVING YOUNG PEOPLE A VOICE**

**Manuale per la formazione  
sul metodo Photovoice**

**Editore:** YES Forum

**Authori:** Elie Demerseman, Iliana Petsa

**Revisione:** Maggie Nazer

**Design:** 12bis3

## Ringraziamenti

Un sentito ringraziamento a tutte le persone che hanno reso possibile questo manuale, in particolare:

- I giovani studenti e gli operatori sociali che hanno partecipato al progetto e hanno contribuito a rendere più autentici i risultati grazie ai loro prodotti di Photovoice;
- Il partenariato giovanile e le organizzazioni sociali che hanno sostenuto i loro giovani partecipanti e contribuito con le loro competenze ed esperienze;
- Le aziende media partner, le agenzie partner di comunicazione e media che hanno creato risultati visuali di alta qualità e di grande interesse, come il presente manuale, il video-tutorial e la mostra online di Photovoice che lo accompagna.

## Esclusione di responsabilità

Il sostegno della Commissione europea per la produzione di questa pubblicazione (Grant Agreement No. 2020-1-DE04-KA227-YOU-020846) non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione e l'Unione Europea, nel loro complesso, non possono essere ritenute responsabili per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Le immagini utilizzate sono state realizzate da YES Forum e dai suoi partner di progetto e sono quindi di proprietà di quest'ultimo. È vietato l'uso da parte di terzi. Il testo contenuto in questo manuale è stato scritto dai partner del progetto.

[voice.yes-forum.eu](http://voice.yes-forum.eu)



Co-funded by the  
European Union



# SOMMARIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Prefazione</b> .....  | <b>5</b>  |
| <b>Capitolo 1   Introduzione</b> .....   | <b>6</b>  |
| <b>Capitolo 2   Il metodo Photovoice: background teorico e uso</b> .....                   | <b>8</b>  |
| <b>2.1. Introduzione al metodo Photovoice</b> .....  | <b>9</b>  |
| <b>2.2. Origini del termine “Photovoice”</b> .....   | <b>10</b> |
| <b>2.3. Applicazioni del metodo Photovoice</b> .....                                       | <b>11</b> |
| <b>2.3.1. Applicazioni del metodo Photovoice</b> .....                                     | <b>11</b> |
| <b>2.3.2. Perché Photovoice?</b> .....   | <b>12</b> |
| <b>2.3.3. Applicazione del metodo Photovoice</b> .....                                     | <b>12</b> |
| <b>2.3.4. Il ruolo del facilitatore nel metodo Photovoice</b> .....                        | <b>13</b> |
| <b>2.4. Applicazione del metodo Photovoice con la popolazione giovanile</b> .....          | <b>14</b> |
| <b>2.5. Applicazioni del metodo in YES Forum</b> .....                                     | <b>15</b> |
| <b>Capitolo 3   Photovoice e la politica europea per l'occupazione giovanile</b> .....     | <b>16</b> |
| <b>3.1. Il contesto internazionale del lavoro sociale e giovanile</b> .....                | <b>16</b> |
| <b>3.2. Sostegno e promozione del metodo Photovoice in Europa</b> .....                    | <b>18</b> |
| <b>3.2.1. Photovoice per la partecipazione dei giovani nel contesto europeo</b> .....      | <b>18</b> |
| <b>3.2.2. Il metodo Photovoice nel lavoro con i giovani del XXI secolo</b> .....           | <b>20</b> |
| <b>Capitolo 4   Come utilizzare Photovoice - metodologia e strumenti passo-passo</b> ..... | <b>22</b> |
| <b>4.1. Per cosa e per chi?</b> .....  | <b>23</b> |
| <b>4.1.1. I diversi obiettivi che Photovoice può raggiungere in modo efficace</b> .....    | <b>24</b> |
| <b>4.1.2. Destinatari</b> .....  | <b>26</b> |

|  |    |
|--|----|
| 4.1.3. Vantaggi e svantaggi di Photovoice rispetto ai metodi tradizionali .....                  | 27 |
| 4.2. Processo e assistenza passo-passo: panoramica generale .....                                | 30 |
| 4.2.1. L'essenza di un "percorso di Photovoice" .....  | 31 |
| 4.2.2. Consigli generali .....   | 33 |
| 4.3. Istruzioni passo dopo passo e materiale pronto per l'uso .....                              | 35 |
| Step 1 – Preparazione di un progetto di Photovoice .....   | 37 |
| Step 2.1 – Preparare i partecipanti - Introdurre il metodo Photovoice .....                      | 38 |
| Step 2.2 – Preparare i partecipanti – Familiarizzare con la fotografia .....                     | 44 |
| Step 3.1 – Domanda di ricerca: sviluppo .....  | 50 |
| Step 3.2 – Domanda di ricerca: discussione .....   | 54 |
| Step 4 – Lavoro sul campo - Fotografie .....   | 58 |
| Step 5 – Processo di selezione .....   | 60 |
| Step 6 – Divulgazione / Mostra fotografica .....   | 66 |
| <b>Allegato 1  </b> Elenco dei materiali disponibili .....                                       | 68 |
| <b>Allegato 2  </b> Elenco di temi, argomenti ed esempi<br>di domande di ricerca rilevanti ..... | 70 |
| <b>Allegato 3  </b> Esempi di risultati di Photovoice .....                                      | 76 |
| <b>Bibliografia</b> .....  | 78 |
| <b>Progetto &amp; Partner</b> .....  | 83 |

# PREFAZIONE

Questa pubblicazione è un prodotto del progetto finanziato da Erasmus+ “PhotoVoice - Participation & Empowerment in Youth Work” (VOICE), ideato e realizzato dallo YES Forum e dai suoi partner. Il progetto si concentra sull'utilizzo dell'approccio innovativo e creativo del metodo “Photovoice” per responsabilizzare gli operatori sociali e giovanili attuali e futuri e i giovani con cui lavorano in Europa. Si basa sul nostro progetto di successo “YourEP” e sul suo seguito “Europe3E”<sup>1</sup> in cui abbiamo sperimentato il metodo per la prima volta. Nel progetto VOICE il metodo è ulteriormente adattato al contesto internazionale del lavoro con i giovani, e se ne sostiene la promozione e l'integrazione nei progetti internazionali e nella ricerca con i giovani.

Sebbene siano presenti in tutta Europa e nel mondo progetti locali su piccola scala che utilizzano il metodo Photovoice, il progetto VOICE si vuole collocare a un livello superiore, su scala europea, per far entrare il metodo come parte integrante nel lavoro in ambito sociale e giovanile in Europa. Riteniamo che il metodo possa essere uno strumento chiave e pertanto poniamo grande enfasi sulla diffusione e sulla sostenibilità dei risultati e degli output del progetto. Grazie alle esperienze acquisite durante i corsi di formazione del progetto VOICE e durante i precedenti progetti di sperimentazione di metodi di ricerca partecipativa tra pari nel lavoro con i giovani, abbiamo creato il manuale Photovoice che state leggendo. Questo manuale integra anche il “Creative Video Tutorial”<sup>2</sup> ponendo maggiore enfasi sul background teor-

ico del metodo e sulla sua incorporazione nelle politiche giovanili, con un'attenzione particolare al contesto europeo.

I partecipanti al progetto VOICE erano in gran parte studenti o giovani operatori degli ambiti sociale e giovanile, supportati da personale esperto delle organizzazioni giovanili partner. La combinazione innovativa di organizzazioni giovanili, studenti di discipline sociali e organizzazioni creative crea un ambiente ideale per l'emergere di pratiche innovative e interculturali e per lo sviluppo di competenze e abilità creative da parte di tutti i partecipanti. Inoltre, coinvolgendo in questo progetto gli istituti di istruzione superiore, VOICE assicura l'ancoraggio delle abilità condivise e delle competenze apprese nel progetto non solo nel contesto della pratica del lavoro con i giovani, ma anche nell'educazione formale al lavoro con i giovani. La sostenibilità dei risultati di questo progetto è attestata dalla produzione del presente manuale, oltre che da video tutorial, una pagina web dedicata e da una serie di raccomandazioni politiche rivolte ai decisori politici.

---

1 Per maggiori informazioni su questi progetti: <https://www.yes-forum.eu/our-work/projects/>

2 YES Forum, “VOICE - Participation & Empowerment in Youth Work” sito del progetto, <https://voice.yes-forum.eu>.

# INTRODUZIONE

**Photovoice è un metodo innovativo per stimolare la creatività, utilizzato per condividere storie personali e collettive attraverso l'uso della fotografia. Il suo scopo è quello di consentire alle persone di registrare e riflettere sui punti di forza e sulle preoccupazioni tipici della loro comunità. Inoltre, promuove il dialogo critico e la produzione di conoscenza attraverso la discussione delle fotografie in piccoli e grandi gruppi. Il metodo rappresenta una grande risorsa per raggiungere ulteriori obiettivi, come il contributo alla ricerca, l'advocacy e il coinvolgimento dei decisori politici in modo partecipativo. Il metodo permette infatti a tutti, indipendentemente dalle loro competenze e conoscenze su un argomento, di esprimersi sfruttando la propria creatività, seguendo un processo graduale, facilitato da professionisti formati.**

Il metodo Photovoice è stato utilizzato come strumento di valutazione partecipativa dei bisogni in diversi contesti, con diversi gruppi target e per diversi scopi. Il metodo è stato sperimentato per la prima volta con donne provenienti dalla Cina rurale, al fine di valutare le politiche governative sviluppate per loro (Burris & Wang, 1997, dettagli nel capitolo 2). Nel nostro caso, questo manuale fornisce utili indicazioni sulle applicazioni del metodo nel contesto internazionale del lavoro con i giovani. È rivolto alle organizzazioni giovanili, agli operatori giovanili, agli studenti in scienze dei servizi sociali, alle università e, in generale, a tutti coloro che sono interessati a sviluppare Photovoice nel proprio lavoro.

Abbiamo quindi sviluppato questa guida, che mira a fornire ai lettori le necessarie conoscenze teoriche e pratiche sull'uso del metodo Photovoice, con particolare attenzione al contesto internazionale del lavoro con i giovani. Il capitolo 2 del manuale si

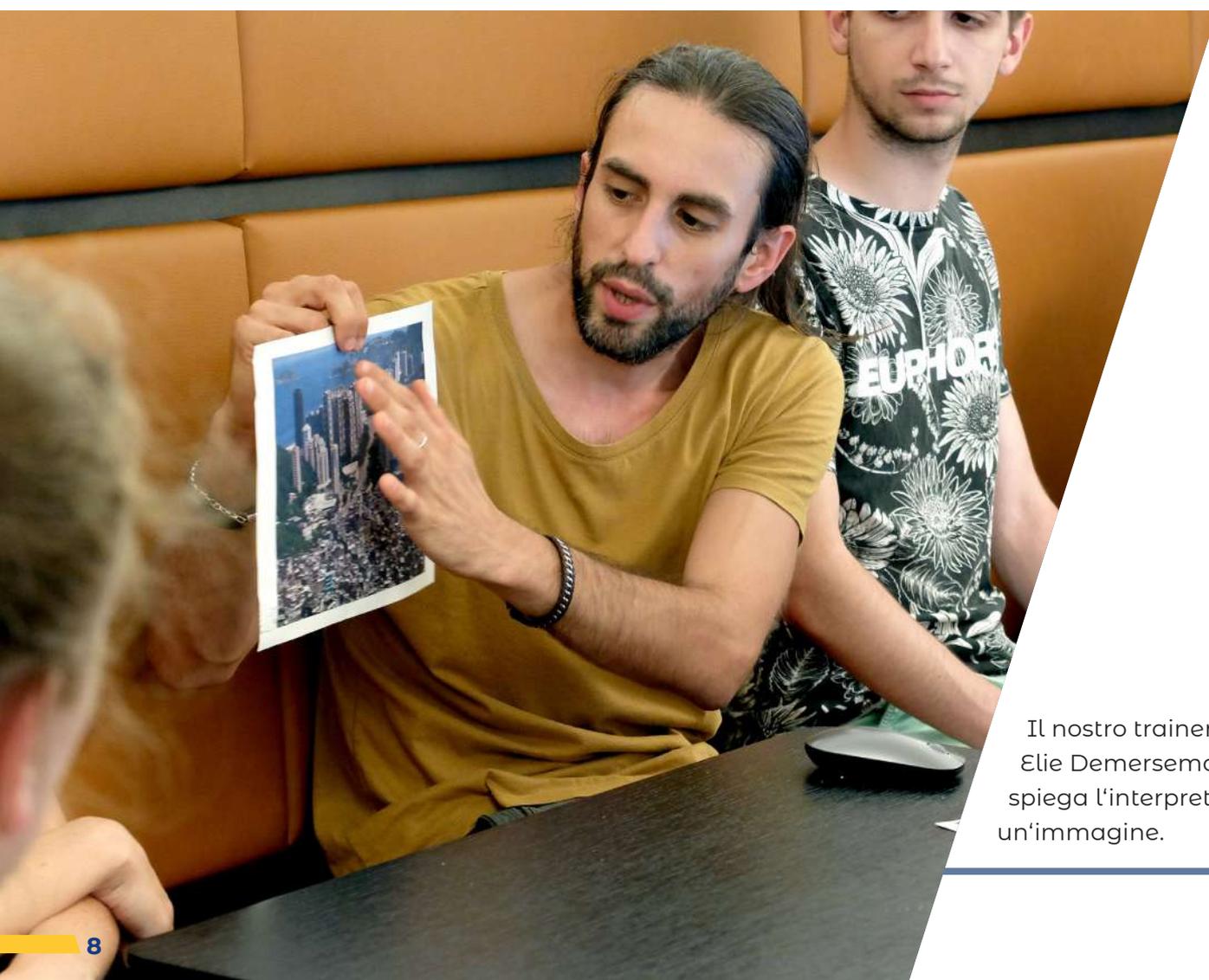
basa sulla revisione della letteratura e sugli aspetti teorici rilevanti per il nostro argomento, con una breve panoramica storica dell'uso del metodo in tempi e discipline diverse, con un'attenzione particolare ai progetti che coinvolgono i giovani. Il capitolo 3 si concentra sulla promozione dell'uso del metodo Photovoice nel lavoro internazionale con i giovani, delineando i vantaggi che può offrire agli operatori del settore giovanile, alle organizzazioni giovanili e ai responsabili politici. Inoltre, viene presentato lo stato dell'arte del lavoro con i giovani, con particolare attenzione alle politiche europee. L'ultima parte del manuale, il capitolo 4, è una guida pratica passo-passo che introduce al metodo Photovoice, accompagnata da schede e attività per facilitarne l'uso da parte degli operatori sociali e giovanili con i loro giovani in un contesto internazionale.



Una  
partecipante  
di VOICE  
scatta una foto  
durante il training  
di Viareggio

# IL METODO PHOTOVOICE: BACKGROUND TEORICO E USO

**Il capitolo 2 illustra in modo più dettagliato le principali intuizioni fornite dalla letteratura accademica sul metodo Photovoice. Dapprima a livello teorico, il Photovoice viene inquadrato a partire dalla sua concezione e dalla prima applicazione nelle comunità rurali, fino a descrivere i suoi vantaggi per l'applicazione in diverse occasioni e con diversi gruppi target, con un'attenzione particolare ai giovani. Dopo aver posto le basi teoriche del metodo nel presente capitolo, il capitolo 4 si concentra sull'approccio più concreto e pratico, presentando il processo di Photovoice passo dopo passo, con l'ausilio di materiale pronto da usare per supportarne l'applicazione.**



Il nostro trainer VOICE  
Elie Demerseman  
spiega l'interpretazione di  
un'immagine.

## 2.1. INTRODUZIONE AL METODO PHOTOVOICE

“Photovoice” è l’acronimo di “Photos Voicing Our Individual and Collective Experience” e indica un metodo di ricerca qualitativa basato sulle arti con caratteristiche partecipative (Mitchell & Allnutt, 2008), che è stato sperimentato in diversi contesti negli ultimi decenni. Grazie alla diffusione degli smartphone dotati di fotocamere, Photovoice sta diventando un metodo sempre più accessibile che alimenta nei partecipanti il potere di identificare e catturare il proprio senso della realtà nelle comunità di appartenenza.

### **Attraverso Photovoice i partecipanti raggiungono solitamente tre obiettivi principali:**

- a)** Far sentire la propria voce e sensibilizzare l’opinione pubblica sui problemi che devono affrontare, difendere i propri diritti e scambiare informazioni.
- b)** Essere coinvolti in un dialogo critico, per acquisire fiducia nelle proprie capacità e consapevolezza del proprio ruolo nella società come agenti di cambiamento.
- c)** Raggiungere i responsabili politici e influenzare le decisioni politiche attraverso la sensibilizzazione su tematiche specifiche.

Si tratta in pratica di uno strumento diagnostico per le comunità che consente di portare in superficie questioni che probabilmente vengono trascurate da individui e gruppi esterni alla comunità. Inoltre, le tecniche visive possono fornire un mezzo per l’espressione di sé e possono aprire una finestra sull’ambiente circostante, sui sentimenti e sulle percezioni di sé del fotografo (Hubbard, 1994). La fotografia permette quindi di far sentire la voce dei partecipanti, prima visivamente e poi attraverso l’interpretazione orale delle fotografie. È stato dimostrato che la narrazione delle fotografie favorisce l’autoriflessione e la comprensione della propria realtà e della vita degli altri (cit. in Bromfield & Capous Desyllas, 2017).

I partecipanti di VOICE raccolgono le immagini durante il training di Vienna.



## 2.2.

# ORIGINI DEL TERMINE “PHOTOVOICE”

Il termine “**Photovoice**” è stato sviluppato attingendo a tre fonti, come descritto in Wang e Burris (1997):

- a) la letteratura teorica sull'educazione alla coscienza critica, la teoria femminista e la fotografia documentaria;
- b) gli sforzi dei fotografi di comunità e degli educatori partecipativi per sfidare le ipotesi sulla rappresentazione e sulla paternità del documentario e
- c) la [nostra] esperienza nell'articolare e applicare il processo nel programma di salute riproduttiva e sviluppo delle donne dello Yunnan, sostenuto dalla Fondazione Ford” (p. 370).

Le fonti citate sono fondamentali per la nostra discussione, in quanto tutte hanno apportato una caratteristica distintiva al metodo. Freire è stato un sostenitore della “pedagogia critica”, un approccio educativo che sfida i ruoli tradizionali di insegnanti e studenti. Attraverso questo metodo, egli rifiuta l'apprendimento passivo e si concentra sul coinvolgimento attivo dei discenti nella creazione della conoscenza. Freire spiega che il dialogo tra voci “opresse” è un mezzo per riunire le preoccupazioni comuni, portarle a un punto tale da indurre le persone a mettere in discussione la propria realtà e porle in grado di apportare un cambiamento nella loro vita

(Freire, 1970). Uno strumento utilizzato per avviare il dialogo tra i discenti era l'immagine visiva sotto forma di disegni e fotografie (Freire, 1973).

La teoria e la pratica femminista portano nella discussione l'elemento dell'inclusione di voci raramente ascoltate. Inizialmente incentrata sulle voci femminili che sono state oggetto di critiche di parte, si estende a qualsiasi tipo di pregiudizio sulla ricerca partecipativa (Wang & Burris, 1997).

La fotografia documentaria è, come è stato detto: “le cose da dire nel linguaggio delle immagini” (Stryker cit. in Burris & Wang, 1997). Da anni i fotografi documentano la propria percezione della realtà. Ci sono stati sforzi per coinvolgere diverse popolazioni a usare le macchine fotografiche per riflettere sulla loro realtà utilizzando, però, l'angolazione del fotografo e catturando ciò che vogliono vedere. Nel tentativo di sfidare il ruolo di regia del fotografo, diversi fotografi ed educatori sono riusciti a coinvolgere gruppi specifici di popolazione, di età e background diversi, nello scattare fotografie che esprimono un punto di vista personale e che devono essere utilizzate per raggiungere i responsabili delle politiche nelle loro comunità (cit. in Burris & Wang, 1997).

I partecipanti di VOICE durante un brainstorming per trovare un tema comune.

## 2.3. APPLICAZIONI DEL METODO PHO- TOVOICE

### 2.3.1. Photovoice e ricerca

La ricerca qualitativa si è oggi ampliata fino a includere anche metodi basati sulle arti, che permettono di dare voce a storie ed esperienze altrimenti messe a tacere o marginalizzate nei contesti in cui si ricorre ai tradizionali metodi di raccolta e analisi dei dati testuali (Knowles & Cole, 2008). L'uso dell'arte nella ricerca, infatti, facilita l'emergere dell'esperienza creativa individuale e collettiva, attraverso una molteplicità di tecniche e generi: tecniche letterarie (ad esempio, narrativa, autoetnografia), performance (ad esempio, danza, teatro), arti visive (ad esempio, pittura, fotografie, collage), nuovi media (ad esempio, video, blog), ecc. Questo tipo di ricerca utilizza diversi modi di conoscere e sperimentare il mondo (Finley, 2011). Le arti visive, e in particolare il metodo Photovoice, offrono una nuova prospettiva in termini di rappresentazione e interpretazione dei dati.

Come metodo di ricerca partecipativa tra pari, Photovoice si concentra sulla partecipazione e sull'azione attraverso un "ciclo riflessivo, in cui i partecipanti raccolgono e analizzano i dati, per poi determinare le azioni da intraprendere" (Baum et al, 2006, p. 854). Il metodo è calibrato sulla comunità, è flessibile e può servire a diversi scopi (mobilitazione della comunità, valutazione dei bisogni, valutazione dei processi e dei risultati da una prospettiva partecipativa) (Catalani & Minkler 2010; Wang & Burris 1997). Grazie al ruolo attivo svolto dai partecipanti durante l'intero processo, il rapporto tradizionale tra ricercatore e partecipanti viene messo in discussione, portando i partecipanti a diventare essi stessi ricercatori



## 2.3.2. Perché Photovoice?

Perché il metodo Photovoice dovrebbe essere considerato efficace ed eventualmente selezionato tra i vari metodi di ricerca qualitativi disponibili? Secondo Wang & Burris (1997), Photovoice porta sotto i riflettori i bisogni di una comunità attraverso una serie di contributi distintivi:

- a)** Ottiene i contenuti da una fonte diretta di competenza, che non è influenzata o diretta dalle esigenze dei ricercatori.
- b)** Utilizza un potente mezzo di comunicazione, l'immagine visiva, più potente delle parole.
- c)** È accessibile a tutti, perché non presuppone la capacità di leggere o scrivere, basta che sappiano usare una macchina fotografica.
- d)** Facilita il campionamento di vari contesti sociali e comportamentali che il ricercatore potrebbe non aver scelto personalmente.
- e)** L'uso della macchina fotografica può accrescere nei partecipanti la motivazione e l'orgoglio per il lavoro svolto.
- f)** Riafferma e ridefinisce i bisogni di una determinata società.
- g)** Porta nella discussione le idee di più membri della società.
- h)** Fornisce benefici immediati e tangibili ai partecipanti e alle loro comunità.
- i)** Fa emergere sia i bisogni che le risorse.
- j)** Stimola l'azione sociale.

Indubbiamente, come tutti i metodi, Photovoice può presentare alcuni limiti. Dato che i partecipanti sono responsabili delle fotografie che scattano, inevitabilmente daranno la priorità alle immagini che hanno più senso per loro e per le loro comunità. La scelta di mostrare una immagine e di "nascondere" un'altra dimostra che questa selezione si basa su un giudizio personale e, quindi, produce un risultato soggettivo. Tuttavia, la soggettività non è necessariamente negativa, poiché l'obiettivo dell'intero processo consiste nel fornire alle persone i mezzi per esprimere il loro modo di percepire e concepire la propria realtà. Inoltre, si tratta di un limite comune, poiché tutte le metodologie sono progettate, implementate e valutate da esseri umani, e quindi soggette alle loro convinzioni, preferenze e percezioni attuali (ad esempio, la scelta di inserire o meno una domanda in un questionario di indagine).

## 2.3.3. Applicazione del metodo Photovoice

I ricercatori hanno utilizzato il metodo Photovoice con vari gruppi di popolazione, in diversi contesti e in vari campi, tra cui l'antropologia, il lavoro sociale, la sociologia, l'istruzione e l'assistenza sanitaria (Dyches, Cichella, Olsen & Mandelco, 2004). Si tratta di uno strumento utilizzato principalmente in quei gruppi sociali per i quali dall'esterno non si ha un'immagine chiara di essi. Dallo sviluppo del metodo fino ad oggi, i ricercatori hanno utilizzato metodi di ricerca partecipativa per fornire soluzioni su misura per soddisfare le esigenze dei

gruppi più vulnerabili e per dare loro una voce (Fleming et al., 2009; Murray, 2006).

Inizialmente, Burris e Wang hanno utilizzato il metodo Photovoice per la valutazione partecipativa dei bisogni. Nel loro studio, sono state selezionate come partecipanti le donne dei villaggi dello Yunnan (Cina), perché come gruppo sociale si trovavano ad affrontare ostacoli educativi ed esclusione socio-politica. A queste donne sono stati impartiti i rudimenti della fotografia ed è stato chiesto loro di selezionare le fotografie che meglio descrivevano i bisogni della loro comunità, di discuterle in gruppo e di individuare le questioni, i temi o le teorie generali (1997). Questa applicazione del Photovoice mirava a correggere eventuali ipotesi errate che avrebbero potuto portare a interventi inappropriati all'interno della comunità di interesse, e nasceva dalla consapevolezza che le politiche e i programmi progettati da esterni per affrontare questioni interne possono non sovrapporsi ai bisogni considerati cru-

ciali dalla popolazione stessa. In questo caso, il metodo si è rivelato efficace come “strumento per rimediare all'inadeguatezza della teoria su cui possono basarsi i programmi” (Burris & Wang, 1997).

L'uso delle fotografie come voce per il cambiamento sociale è stato rintracciato in letteratura a proposito di varie popolazioni emarginate, come ad esempio gli anziani (Killion & Wang, 2000), i senzatetto (Morrell, 2007; Killion & Wang, 2000), gli adulti con difficoltà di apprendimento (Booth & Booth, 2003), gli adolescenti immigrati (Streng et al., 2004), le persone affette da HIV/AIDS (Rhodes et al., 2007), le comunità economicamente ed etnicamente diverse (Wang & Pies, 2004).

Dalla sua nascita, il metodo Photovoice si è diffuso al di là della ricerca partecipativa e ha contribuito a dare voce alle popolazioni emarginate in diversi modi (in campagne di advocacy e di altro tipo), come evidenziato nel Capitolo 4.

---

### 2.3.4. Il ruolo del facilitatore in Photovoice

In generale, il ruolo del facilitatore è quello di guidare un'attività per assicurarne il corretto svolgimento. Un facilitatore “ideale” si sforza di migliorare la capacità degli individui di lavorare insieme in modo efficiente, di fornire le informazioni necessarie per l'attività e di garantire che i partecipanti siano in grado di risolvere i problemi futuri senza dipendere dall'aiuto del facilitatore (Schwartz, 1994). Nella maggior parte dei casi, il ruolo del facilitatore è neutrale. Nel metodo Photovoice, ci si aspetta che il facilitatore abbia una conoscenza adeguata della fotografia, della realtà politica/sociale in cui si trova e del lavoro di comunità. Sono importanti anche la disponibilità e il rispetto per i diversi gusti estetici e fotografici personali (Burris & Wang, 1997).

Allo stesso modo, quando il facilitatore è coinvolto in ricerche e/o progetti con i giovani, che nella maggior parte dei casi non hanno esperienza di partecipazione alla sfera politica e al processo decisionale, è necessario cercare un approccio educativo strutturato e un rapporto di fiducia.

Il capitolo 4, nell'affrontare il processo graduale su cui si basa il metodo, richiama l'attenzione sui principali consigli di facilitazione che un nuovo facilitatore dovrebbe conoscere per sviluppare il metodo in modo efficace.

## 2.4.

# APPLICAZIONE DEL METODO PHOTOVOICE CON I GIOVANI

Il metodo Photovoice è stato spesso utilizzato con bambini, studenti e giovani popolazioni in progetti partecipativi giovanili e di ricerca. Essi rientrano adeguatamente nello spettro dei gruppi di persone “emarginate”, poiché l'appartenenza in queste fasce d'età incide molto spesso una mancanza di status e di potere per influenzare le decisioni che riguardano loro. A tal fine, Photovoice è stato sviluppato con successo con i giovani in diversi contesti, ad esempio in classi culturalmente diverse (Chio & Fandt, 2007), con studenti delle scuole medie nella loro scuola (cit. in Burriss & Wang, 1997), con adolescenti di comunità multietniche in programmi di doposcuola (Strack, Magill & McDonagh, 2004), con studenti di lavoro sociale in classi multiculturali (Bromfield & Capous-Dessylas, 2017), ecc.

In genere, la ricerca secondo i metodi tradizionali condotta con giovani partecipanti può essere inibita da diversi fattori, come la mancanza di motivazione, la bassa autostima e gli squilibri di potere tra i ricercatori adulti e i giovani (Lushey & Munro, 2015). Inoltre, i bambini e i giovani sono riluttanti a mostrare disaccordo o insoddisfazione durante le interviste condotte da ricercatori adulti, e ciò può portare a risposte poco sincere e, quindi, a risultati parzialmente falsati (Fine & Sandstrom, 1998). Il metodo Photovoice e il suo approccio non convenzionale alla ricerca tra pari portano un maggiore equilibrio in termini di “potere” nella relazione tra il ricercatore/educatore/operatore giovanile e il partecipante. Il ricorso all'arte nel lavoro sociale e nel contesto educativo può

potenzialmente migliorare le dimensioni esperienziali dell'apprendimento e aiutare gli studenti a generare conoscenza (Glover-Graf, 2000).

Negli ultimi anni, il punto di vista dei giovani è stato maggiormente riconosciuto e quindi è stato fatto un notevole sforzo per coinvolgerli nel processo decisionale e nello sviluppo delle politiche. Poiché i responsabili degli indirizzi politici non ricevono regolarmente contributi diversificati da popolazioni provenienti da contesti diversi, i ricercatori, gli operatori sociali e gli educatori hanno il compito di creare opportunità per i giovani di far sentire la loro voce.

Alcuni ricercatori, operatori sociali ed educatori hanno affermato che l'uso di Photovoice nei progetti giovanili ha un grande potenziale in quanto fornisce ai giovani partecipanti gli strumenti e le competenze per esercitare un ruolo attivo nella loro società. Le competenze acquisite, lo scatto delle proprie fotografie e la guida della ricerca/progetto creano un sentimento di orgoglio, aumentano l'autostima e, soprattutto per i bambini e gli adolescenti, favoriscono la formazione della loro identità, contribuendo ulteriormente al loro empowerment (Strack, Magill & McDonagh, 2004). Si tratta di un processo che consente ai partecipanti di “esplorare la consapevolezza di sé personale e professionale”, nonché la consapevolezza di importanti questioni sociali, con la possibilità di generare idee e azioni per il cambiamento sociale (Bromfield & Capous-Dessylas, 2017, p. 509).

Due aspetti, tuttavia, sembrano porre alcuni problemi durante l'attuazione dei progetti di Photovoice. Innanzitutto, come già discusso nella sezione 2.3, i giovani spesso trascurano gli aspetti più "preoccupanti" che un ricercatore/operatore sociale/educatore si aspetterebbe di vedere. Inoltre, un altro aspetto discutibile potrebbe essere l'eventualità di creare aspettative irraggi-

ungibili su ciò che i giovani sono in grado di fare in termini di influenza politica. Come sostenuto da Strack et al., è estremamente importante che il ricercatore/educatore pianifichi il processo di diffusione dei risultati della ricerca sui giovani il più presto possibile, per assicurarsi che le parti interessate ascoltino (2004).

---

## 2.5. APPLICAZIONI DEL METODO IN YES FORUM

Nel progetto "Europe3E", YES Forum e i suoi partner hanno sperimentato per la prima volta il metodo Photovoice con giovani provenienti da contesti diversi, tra cui una maggioranza di "giovani svantaggiati" o, come vengono chiamati nel programma Erasmus+, "giovani con minori opportunità". I giovani partecipanti sono stati invitati a ricevere una formazione sulla fotografia, a conoscere meglio le politiche dell'UE, a utilizzare le loro macchine fotografiche per rispondere a una domanda di ricerca, a discutere insieme i loro risultati e a estrarre dei temi, e infine a organizzare una mostra per diffondere le loro fotografie e i loro messaggi a un pubblico più vasto. Utilizzando il metodo Photovoice, i giovani partecipanti hanno mantenuto alta la motivazione e la creatività durante tutto il processo di ricerca, facendo emergere questioni che interessano la loro generazione.

Nel complesso, l'uso del metodo è stato un grande vantaggio nel contesto del lavoro sociale di YES Forum: ha fornito un quadro

che ha permesso ai giovani che si trovano ad affrontare diversi ostacoli di partecipare al dialogo civile dell'UE e di esprimere messaggi personali indirizzati alle istituzioni europee. È importante notare che il metodo Photovoice li ha aiutati a trasformare le loro esperienze e i loro punti di vista individuali in una narrazione collettiva condivisa, sostenuta da un potente storytelling visivo.

Sulla base dell'esperienza acquisita con lo sviluppo del metodo Photovoice, riteniamo che questo metodo debba essere ampiamente utilizzato nel lavoro sociale e giovanile. Il nostro lavoro durante il progetto VOICE è stato tradotto in un manuale di formazione rivolto alla pratica e ben strutturato, che può essere utilizzato dagli operatori giovanili, in particolare da quelli coinvolti nel lavoro internazionale con i giovani.

# PHOTOVOICE E LA POLITICA EUROPEA PER L'OCCUPAZIONE GIOVANILE

## 3.1. IL CONTESTO INTERNAZIONALE DEL LAVORO SOCIALE E GIOVANILE

In primo luogo, è bene chiarire che quando si parla di lavoro con i giovani si intende qualsiasi attività “di natura sociale, culturale, educativa, ambientale e/o politica svolta da, con e per i giovani, in gruppo o individualmente” (Consiglio d'Europa, n.d.). Tali attività si basano su processi di apprendimento informali e non formali, e sono svolte da operatori giovanili, sia su base volontaria che con contratti di lavoro. Attraverso l'animazione giovanile i ragazzi e le ragazze sono coinvolti in attività che facilitano la loro partecipazione attiva e il loro impegno, la maggiore inclusione nelle loro comunità e il loro coinvolgimento nel processo decisionale.

Photovoice offre numerosi vantaggi per la ricerca e per la conduzione di attività di coinvolgimento e partecipazione attiva della popolazione giovanile. Gli operatori possono trarre grandi benefici da questo metodo: essendo flessibile e adattabile a diversi contesti, il metodo Photovoice è in grado di mantenere i partecipanti motivati e attivi durante l'intero processo e di costruire ponti con i giovani per un migliore riconoscimento delle loro problematiche. I giovani, d'altra parte, possono apprezzare questo metodo di produzione collettiva di conoscenza, esprimere liberamente i loro pensieri e sollevare questioni per loro im-

portanti che rafforzeranno ulteriormente il loro pensiero critico.

Poiché questo manuale sarà utilizzato come guida per gli operatori sociali e giovanili coinvolti nel lavoro internazionale con i giovani, è importante illustrare come il metodo Photovoice possa essere inserito nei progetti giovanili di cooperazione internazionale. Il “lavoro giovanile internazionale” descrive il lavoro giovanile che coinvolge operatori e giovani partecipanti provenienti da diversi contesti nazionali. Come spiegato dal Centro Risorse per la Formazione e la Cooperazione SALTO, nel contesto dei progetti di cooperazione europea il concetto di “lavoro internazionale con i giovani” sta per: “Lavoro [...] svolto insieme a colleghi internazionali, spesso utilizzando una lingua straniera come lingua franca, in un contesto orientato ai valori, [...] principalmente in un contesto residenziale, [...] e con un collegamento al contesto politico più ampio (europeo o globale)” (n.d.). Sia che venga utilizzato in progetti di cooperazione europea o di mobilità, il metodo può essere adattato di conseguenza per soddisfare le esigenze di ogni attività. Considerando che il presente manuale è il risultato di un progetto di cooperazione europea, l'enfasi è data soprattutto al contesto specifico.

## Approfondimento

Spesso i termini “Unione Europea (UE)” ed “Europa” vengono utilizzati in modo intercambiabile. Tuttavia, esprimono due cose diverse: “Europa” indica il continente geografico; “Unione Europea” descrive l'unione politica creata da una serie di Paesi situati in Europa. Pertanto, diversi Paesi europei non fanno parte dell'Unione Europea.

Per ulteriori informazioni sugli Stati membri, la struttura e le competenze dell'UE, visitare il sito web: [https://european-union.europa.eu/index\\_en](https://european-union.europa.eu/index_en)

Nel contesto sopra descritto, i giovani provenienti da contesti sociali, politici e nazionali diversi sono riuniti per scambiare opinioni e riflettere su argomenti importanti per loro e per il loro futuro in Europa e oltre, con la mediazione offerta dagli operatori sociali e giovanili. La ricerca partecipativa tra pari e l'uso delle arti attraverso Photovoice possono facilitare in modo efficace e divertente questo dialogo internazionale e interculturale tra i ragazzi. Photovoice, quindi, potrebbe essere utilizzato per creare una “lingua franca” alternativa per i giovani per comunicare e connettersi, riducendo gli ostacoli linguistici all'interno dei gruppi interculturali e coinvolgendoli in scambi significativi. Attraverso l'uso di Photovoice i partecipanti sono messi in condizione di esprimersi, individualmente e in gruppo, su temi di interesse comune, riflettendo criticamente e lavorando su possibili soluzioni alle loro preoccupazioni. Condividendo le loro opinioni sull'Europa e sull'UE, è probabile che mettano in luce idee preconcepite e identifichino gli stereotipi che hanno eventualmente adottato. A tal fine, i giovani possono essere stimolati ad andare oltre ciò che pensano di sapere e ad accogliere una più ampia gamma di voci provenienti dalle storie e dalle esperienze personali degli altri partecipanti coinvolti nel processo.

Come già detto, il metodo Photovoice è flessibile e adattabile a diversi contesti, è un terreno fertile per discussioni di gruppo sui più vari argomenti, compresi quelli che possono essere complessi, distanti e spesso fraintesi come l'inclusione sociale in Europa e nell'Unione Europea. A tal fine, è fondamentale sottolinearne l'efficacia e l'applicabilità nel lavoro sociale che coinvolge gruppi emarginati. Un grande vantaggio del metodo è che favorisce l'inclusione dei giovani che affrontano sfide che portano alla loro esclusione sociale, politica o economica all'interno delle loro comunità nei diversi Paesi europei.

Infine, ma non meno importante, il metodo offre agli operatori giovanili e ai professionisti l'opportunità di ampliare le proprie conoscenze su nuovi metodi e strumenti per aumentare la consapevolezza e la conoscenza politica dei giovani. Una volta che gli operatori sociali e giovanili hanno imparato “come fare Photovoice” in pratica, sono in grado di adattarlo di conseguenza e di applicarlo anche in un contesto di apprendimento tra pari con i loro giovani utenti.

## 3.2. SOSTEGNO E PROMOZIONE DEL METODO PHOTOVOICE IN EUROPA

### 3.2.1. Photovoice per la partecipazione dei giovani nel contesto europeo

L'UE mira a mantenere un'unione pacifica di persone che condividono gli stessi valori e lavorano per raggiungere obiettivi comuni. Questi obiettivi predefiniti vengono costantemente perfezionati per rispondere alle esigenze dei cittadini di questa unione. Pertanto, affinché il costruito dell'Unione Europea funzioni in modo efficiente e crei soluzioni ai problemi reali della gente comune, è necessario un contributo costante. Come la storia ha dimostrato, i regimi politici hanno bisogno della legittimazione dei loro cittadini, soprattutto in tempi di crisi come le emergenze politiche, sociali, economiche o sanitarie.

Nel contesto dell'UE, la legittimazione degli input viene fornita principalmente attraverso il feedback della società civile alle istituzioni. L'attività di lobbying diretta e indiretta nei confronti delle istituzioni, o in altre parole le attività di advocacy con l'intento di influenzare le decisioni prese a tutti i livelli politici, garantiscono un certo livello di accesso al processo decisionale. I gruppi della società civile rappresentano, sostengono e agiscono come canale di comunicazione per gruppi specifici della popolazione, dando loro indirettamente l'opportunità di far parte di questo processo. Nel nostro caso, i gruppi della società civile che rappresentano i giovani in Europa possono portare le problematiche di loro interesse nell'arena politica attraverso diverse vie: dialoghi aperti, incontri con le

parti interessate, campagne, documenti politici e pubblicazioni sono tra i mezzi più utilizzati. Anche quando questi percorsi forniscono materiale ricco ai decisori politici, spesso sono ancora distanti dalla realtà dei giovani emarginati.

Negli ultimi anni l'UE ha cercato di ascoltare con maggiore attenzione ciò che i giovani hanno da dire, sia indirettamente, come descritto sopra, sia direttamente, incontrando i giovani stessi. Iniziative come il "Dialogo europeo della gioventù", la "Conferenza sul futuro dell'Europa", l'"Evento europeo della gioventù" e altre iniziative simili riuniscono i giovani, i soggetti interessati e i responsabili politici per scambi significativi, al fine di plasmare insieme il futuro. Sulla base del feedback dei giovani, le istituzioni si sforzano di accogliere le loro idee nelle politiche giovanili.

Ancora una volta alcune parti della popolazione non saranno incluse in questo processo, a causa della mancanza di accesso alle informazioni, alla mobilità, alle competenze linguistiche, ecc. Mentre, ad esempio, i giovani studenti degli istituti di istruzione superiore che hanno già sperimentato uno scambio Erasmus+ sono il pubblico abituale che partecipa alle iniziative di dialogo civile dell'UE, gli "altri" giovani la cui voce non è ancora ascoltata rimangono difficili da raggiungere.

Le organizzazioni che lavorano con e per i giovani al fine di migliorare la loro inclusione sociale condividono un obiettivo e un interesse comune: far sentire la voce del maggior numero di giovani. Seguendo l'orientamento generale dell'UE verso l'attivazione e la responsabilizzazione dei giovani affinché diventino cittadini attivi e agenti di cambiamento nelle loro comunità (Commissione, 2018), le organizzazioni giovanili devono assumersi l'incarico di fornire ai giovani provenienti da diversi contesti opportunità di educazione non formale che coltivino ulteriormente il loro senso di partecipazione e cittadinanza, il loro pensiero critico e la loro creatività. Data la natura stessa dei programmi di finanziamento nell'ambito dei quali queste attività sono finanziate e promosse (Erasmus+, Corpo europeo di solidarietà, ecc.), e grazie al contatto immediato delle organizzazioni giovanili con giovani provenienti

da contesti diversi, ci si aspetta modi creativi per una maggiore inclusione nella partecipazione e nella cittadinanza attiva.

Considerando il ruolo cruciale svolto dalle organizzazioni della società civile e dagli operatori giovanili nell'inclusione di giovani provenienti da contesti diversi nelle loro attività, è importante garantire che i metodi utilizzati per valorizzare le loro voci siano progettati di conseguenza per adattarsi al gruppo target. Come spiegato al punto 3.1, la flessibilità del metodo Photovoice riduce al minimo le barriere linguistiche e incorpora sia le esperienze individuali che quelle collettive dei giovani di tutta Europa (e non solo). A tal fine, l'implementazione del metodo può garantire un'inclusione più ampia, e quindi una più vasta platea di giovani che beneficiano di ogni progetto/attività.



I partecipanti di VOICE si godono una visita guidata a Viareggio.

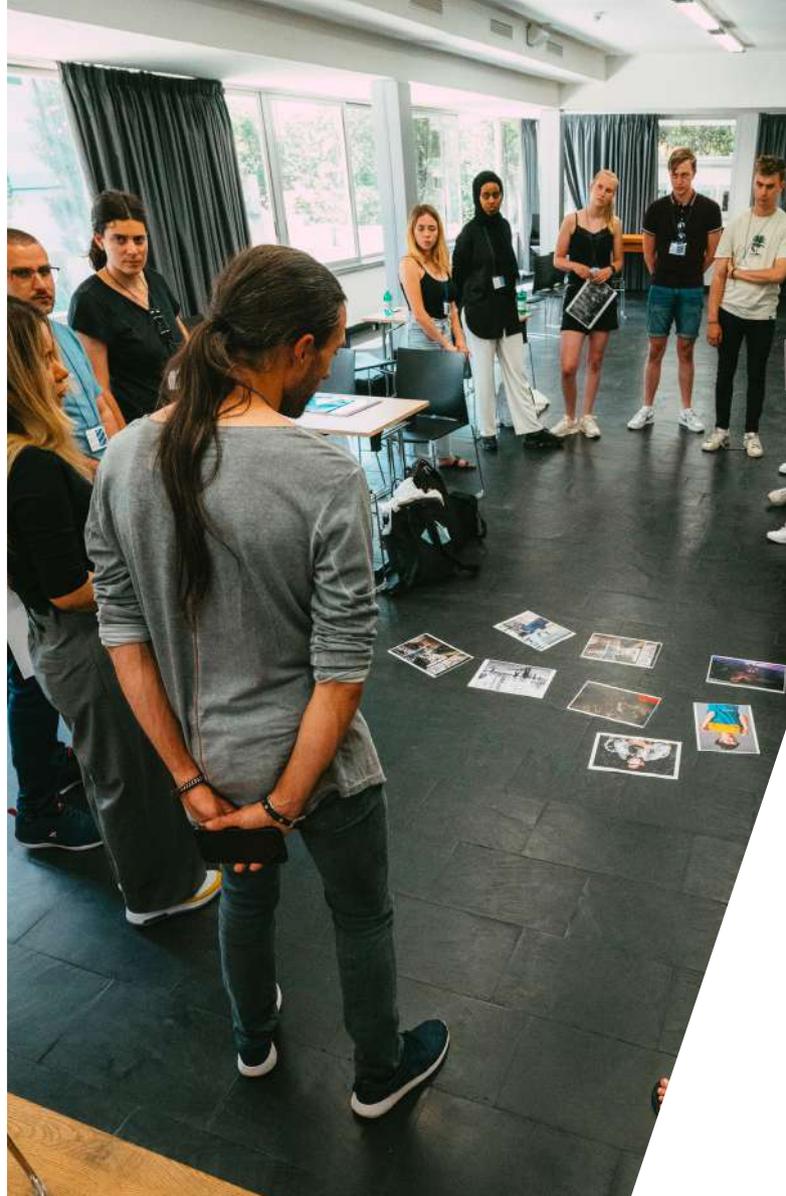
In sintesi, sia gli enti che progettano attività internazionali per la partecipazione attiva e la cittadinanza dei giovani, sia i responsabili politici dovrebbero adottare e riconoscere il Photovoice come metodo affidabile, perché:

- Porta le voci dei giovani emarginati nel dibattito politico, garantendo una politica più mirata.
- Dimostra con chiarezza e senza pregiudizi i problemi che i giovani devono affrontare nei loro contesti locali, ma anche nazionali, europei e internazionali.
- Dimostra che, indipendentemente dal loro background sociale, economico e politico, le organizzazioni giovanili, gli operatori giovanili e l'Europa nel suo complesso sono in ascolto, rafforzando il senso di appartenenza dei giovani e la cittadinanza europea.
- Dà ulteriore legittimazione ai costrutti politici in atto, raggiungendo coorti di popolazione che altrimenti i responsabili politici non raggiungerebbero efficacemente.
- Raggiunge efficacemente e coinvolgere in modo creativo diversi gruppi target di giovani: dagli adolescenti, agli studenti dell'istruzione terziaria, ai NEET<sup>3</sup>.
- Incoraggia una maggiore partecipazione alla vita sociale e politica, dimostrando che esprimere opinioni ed esperienze non può essere un vantaggio di pochi.
- Contribuisce a un maggiore impatto attraverso una narrazione visiva attraente e raggiunge più gruppi di popolazione, oltre a quelli già direttamente coinvolti.

---

<sup>3</sup> "NEETs" stands for "not in employment, education or training". For more information:

<https://www.eurofound.europa.eu/topic/neets>



### 3.2.2. Il metodo Photovoice nel lavoro con i giovani del XXI secolo

Il lavoro con i giovani è condotto da una serie di istituzioni, organizzazioni e persone diverse, sia individualmente che in équipe. Alcuni Paesi hanno una tradizione più lunga di lavoro professionale con i giovani rispetto ad altri, con personale qualificato e un approccio strutturato a livello nazionale e locale, o organizzazioni di volontariato di lunga data esperte nel settore giovanile (Consiglio d'Europa, n.d.). Alcuni Paesi possono aver inserito il lavoro con i giovani come parte dei loro servizi sociali, mentre altri possono non riconoscere il lavoro con i giovani come una "professione", ma trattarlo come volontariato (Consiglio d'Europa, n.d.). In ogni caso, a livello po-



litico europeo il riconoscimento dell'animazione giovanile e il miglioramento delle sue condizioni è stato sostenuto attraverso numerose attività, raccomandazioni e convenzioni. Sia l'Unione Europea che il Consiglio d'Europa forniscono agli Stati membri raccomandazioni da incorporare nelle loro politiche nazionali per il lavoro con i giovani, sempre su base volontaria e in base alle norme nazionali preesistenti.

Negli ultimi anni, il Consiglio d'Europa e l'Unione Europea, attraverso i centri SALTO-YOUTH<sup>4</sup>, hanno svolto un servizio importante per il lavoro con i giovani e gli operatori giovanili. Poiché i giovani sono senza dubbio un gruppo prioritario per il futuro dell'Europa, sono stati compiuti diversi sforzi per professionalizzare il settore del lavoro con i giovani. Riconoscendo che il lavoro con i giovani è un settore che richiede elevate competenze professionali, SALTO-YOUTH sostiene e promuove lo sviluppo delle capacità degli operatori giovanili e dei formatori. In particolare, attraverso la "Strategia europea di formazione", l'UE supporta lo sviluppo delle competenze degli operatori giovanili per lavorare a livello internazionale e per sostenere i giovani attraverso progetti di mobilità per l'apprendimento (SALTO, n.d.). In questo contesto, il "Modello di competenze per gli operatori giovanili che lavorano a livello internazionale" è stato sviluppato come strumento da adattare alle specifiche realtà e ai gruppi target. In generale, si rivolge agli operatori giovanili, al personale educativo e ai formatori che organizzano progetti di mobilità internazionale e alle organizzazioni e istituzioni che sviluppano strategie di formazione per gli operatori giovanili.

Osservando da vicino questo modello di

---

<sup>4</sup> For more information on SALTO-YOUTH work and structure : <https://www.salto-youth.net/about/>

competenze, è chiaro che si tratta di un modello altamente modulabile basato su raccomandazioni, in cui sono inclusi concetti chiave che sono già stati esplorati e associati al metodo Photovoice. Ad esempio, possiamo trovare competenze legate alla garanzia della diversità nella partecipazione, all'adattamento dei metodi di apprendimento ai gruppi target, all'uso della comunicazione non verbale, ecc. Tuttavia, il "Modello di competenze per gli operatori giovanili che lavorano a livello internazionale" non pone l'accento sull'importanza delle arti e dell'espressione creativa nel lavoro con i giovani, lasciando fuori dagli schemi metodi come Photovoice.

Considerando i numerosi vantaggi del metodo Photovoice nel lavoro con i giovani, i responsabili politici dovrebbero fare qualche passo in più per integrare l'uso di metodi più creativi e partecipativi nel contesto internazionale del lavoro con i giovani. Anche se Photovoice è solo un rappresentante di una categoria più ampia di metodi di ricerca partecipativa tra pari e basati sulle arti, i responsabili politici, prima a livello europeo e poi attraverso raccomandazioni negli Stati membri, possono formalmente riferirsi a questo tipo di metodi nei loro documenti. Un atteggiamento più accogliente e aperto nei confronti dei mezzi di espressione artistica, al di là della documentazione tradizionale basata su parole chiave, potrebbe ispirare una ricerca più approfondita e una sperimentazione pratica del metodo da parte di un maggior numero di soggetti interessati. Soprattutto per gli operatori sociali e giovanili e per le organizzazioni che ricercano approcci innovativi e creativi nella loro attività con i giovani, sarebbe fondamentale avere accesso a un maggior numero di risorse sul tema fornite dai responsabili politici attraverso le consuete piattaforme dell'UE (ad es. SALTO, piattaforma europea per la gioventù, ecc.).

# COME UTILIZZARE PHOTOVOICE: METODOLOGIA E STRUMENTI PASSO-PASSO

Mentre i capitoli precedenti si sono concentrati sul background teorico che ne sostiene l'uso in diversi contesti e hanno evidenziato l'opportunità che il metodo rappresenta nel quadro delle politiche giovanili dell'UE, il capitolo 4 affronterà ora le esigenze più pratiche dei nuovi arrivati nel mondo di Photovoice.

Inizieremo con uno sguardo agli scopi concreti per i quali il metodo può servire, ai soggetti che possono trarre profitto dall'uso di questo metodo e ai vantaggi e svantaggi da considerare prima di decidere di utilizzare Photovoice.

La sezione successiva fornirà una panoramica generale del metodo step-by-step, descrivendo lo svolgimento concreto di un esercizio di Photovoice.

Infine, l'ultima sezione del capitolo, la più pratica, analizza da vicino ogni fase e mette in evidenza gli aspetti chiave che un facilitatore di Photovoice dovrebbe considerare quando pianifica un'attività di Photovoice. In questa sezione il nuovo "photovoicer" troverà le informazioni necessarie per gestire questo potente strumento, unitamente a schemi di attività corredati da materiale già pronto.

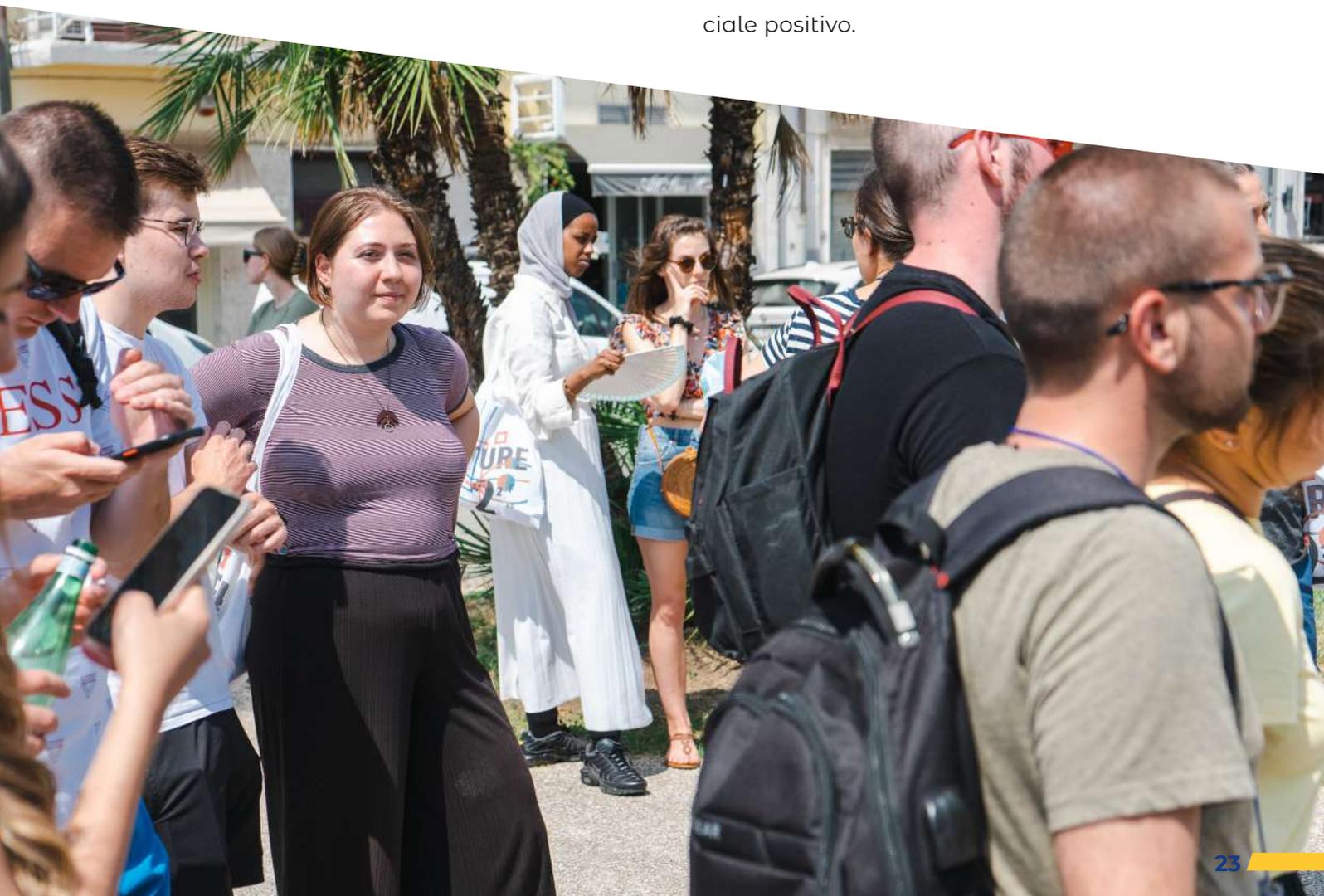
I partecipanti di VOICE  
si godono una visita  
guidata a Viareggio.



## 4.1. PER COSA E PER CHI?

Per capire che cosa rende Photovoice una risposta efficace alle difficoltà di molti soggetti interessati quando si tratta di inclusione, è importante ricordare le sue caratteristiche principali. In quanto metodo di ricerca qualitativo, partecipativo e incentrato sulla comunità, che combina la fotografia con l'azione sociale di base, Photovoice presenta le seguenti caratteristiche principali:

- **Basato sulla visione:** utilizza la fotografia come strumento accessibile e un ricco supporto visivo per la creazione di un significato collettivo.
- **Partecipativo:** i partecipanti non rispondono co-costruiscono attivamente tutti gli aspetti di un progetto di Photovoice (definizione dell'argomento, raccolta dei dati grezzi, interpretazione e diffusione), diventando "co-ricercatori".
- **Ricerca qualitativa:** permette di raccogliere dati che esprimono rappresentazioni e percezioni individuali e collettive della realtà, fornendo un ricco materiale soggettivo da co-interpretare e trasformare in risultati più oggettivi.
- **Azione sociale:** la conoscenza che ne deriva, compreso il materiale visivo e le narrazioni di impatto, viene utilizzata per informare e influenzare il processo decisionale verso un cambiamento sociale positivo.



## 4.1.1. The diverse purposes Photovoice can efficiently serve

Come metodo di riflessione e inchiesta che facilita la formulazione di messaggi collettivi e li trasmette attraverso l'uso di fotografie, Photovoice è stato progressivamente utilizzato in contesti sempre più diversi, andando ben oltre il suo scopo originario di metodo di ricerca partecipativa.

Le sue caratteristiche originali lo rendono particolarmente adatto all'inclusione di gruppi emarginati nella sfera pubblica: è un modo per dare voce a comunità che di solito rimangono escluse dalla sfera politica, perché non è loro offerto uno spazio adeguato per esprimersi su questioni di interesse comune.

I partecipanti di VOICE discutono le caratteristiche di una „buona immagine“ secondo le linee guida dei partner creativi.

Photovoice è quindi la soluzione ideale per le parti coinvolte che perseguono i seguenti obiettivi:

**Ricerca qualitativa partecipativa:** la missione principale di Photovoice è quella di dare un ruolo chiave a gruppi solitamente emarginati nella ricerca accademica nelle scienze sociali, riducendo i diversi pregiudizi portati dai metodi non partecipativi e ponendo una forte enfasi sugli sforzi per influenzare il processo decisionale attraverso la diffusione delle conoscenze risultanti.

*Esempio: Ricercatori americani hanno esaminato il modo in cui gli studenti universitari di prima generazione e a basso reddito danno senso al loro processo di sviluppo professionale durante il primo anno di università. È stato utilizzato Photovoice per raccogliere dati visivi e testi narrativi di accompagnamento, fornendo una ricca serie di dati creati dagli studenti durante il loro passaggio all'università. Gli autori hanno sottolineato come “le immagini come forma di espressione trainante hanno permesso agli studenti*



per i quali il linguaggio accademico può sembrare estraneo di articolare aspetti complessi [...]”. (Jehangir et al., 2019).

**Metodo di consultazione:** Photovoice aiuta ad approfondire una situazione, un tema o una questione sociale specifica dando voce direttamente alle persone che la vivono.

**Esempio:** Lo stesso YES Forum ha applicato per la prima volta il metodo Photovoice per facilitare l'espressione autonoma e collettiva dei giovani delle sue organizzazioni su un tema che molto spesso viene percepito come troppo complesso, distante e incompreso: l'Europa e l'Unione Europea. I partecipanti hanno risposto alla domanda molto aperta: “Che cosa significa per te l'Europa?”, fornendo una visione della vita dei giovani emarginati in diversi Paesi dell'UE, della loro percezione dell'Europa e dell'impatto della pandemia di Covid-19<sup>5</sup>.

**Strumento di valutazione / monitoraggio / valutazione dei bisogni:** il metodo Photovoice è un modo efficace per consentire ai beneficiari di una futura politica pubblica o di un'iniziativa privata di identificare e comunicare i loro bisogni concreti senza alcun filtro, e/o per valutare i cambiamenti apportati da tali interventi durante o dopo la loro attuazione.

**Esempio:** Gli stessi creatori del metodo Photovoice lo hanno utilizzato per la prima volta come strumento di valutazione dei bisogni per responsabilizzare le donne rurali della Cina sud-occidentale, offrendo loro un modo accessibile

per esprimere le loro realtà lavorative e sanitarie quotidiane e per influenzare il processo decisionale. Le foto, ad esempio, hanno spinto i politici ad avviare servizi di assistenza all'infanzia per queste donne, dopo aver visto i bambini giocare da soli senza supervisione (Burriss et Wang, 1997).

**Strumento di advocacy:** Photovoice è perfettamente adeguato anche per aiutare i partecipanti a concordare i messaggi chiave e a promuoverli attraverso una narrazione visiva attraente, ad esempio alimentando una campagna sui social media con contributi autentici.

**Esempio:** Photovoice è stato utilizzato come strategia per dare agli studenti la possibilità di sostenere le modifiche alla politica sul fumo di un campus negli Stati Uniti, fornendo “una piattaforma efficace agli studenti per sostenere con successo la ricollocazione dei posacenere che violavano la politica” (Seitz C. et al., 2012).

**Strumento di Empowerment:** Photovoice può anche consentire a una comunità di acquisire una visione della propria situazione (ad esempio, punti di forza e di debolezza, ostacoli e opportunità) e di risolvere i problemi che deve affrontare come gruppo. Sebbene l'empowerment sia molto spesso un “prodotto collaterale” dell'uso di Photovoice per altri scopi, può anche costituire il suo obiettivo principale!

**Esempio:** Gli operatori sociali hanno condotto un progetto in classe in cui hanno utilizzato Photovoice come strumento pedagogico per migliorare l'autoconsapevolezza personale e professionale tra le studentesse musulmane in servizi sociali in un contesto di classe interculturale situato nel Golfo Arabico (Bromfield N. & Capous-Desyllas M., 2017).

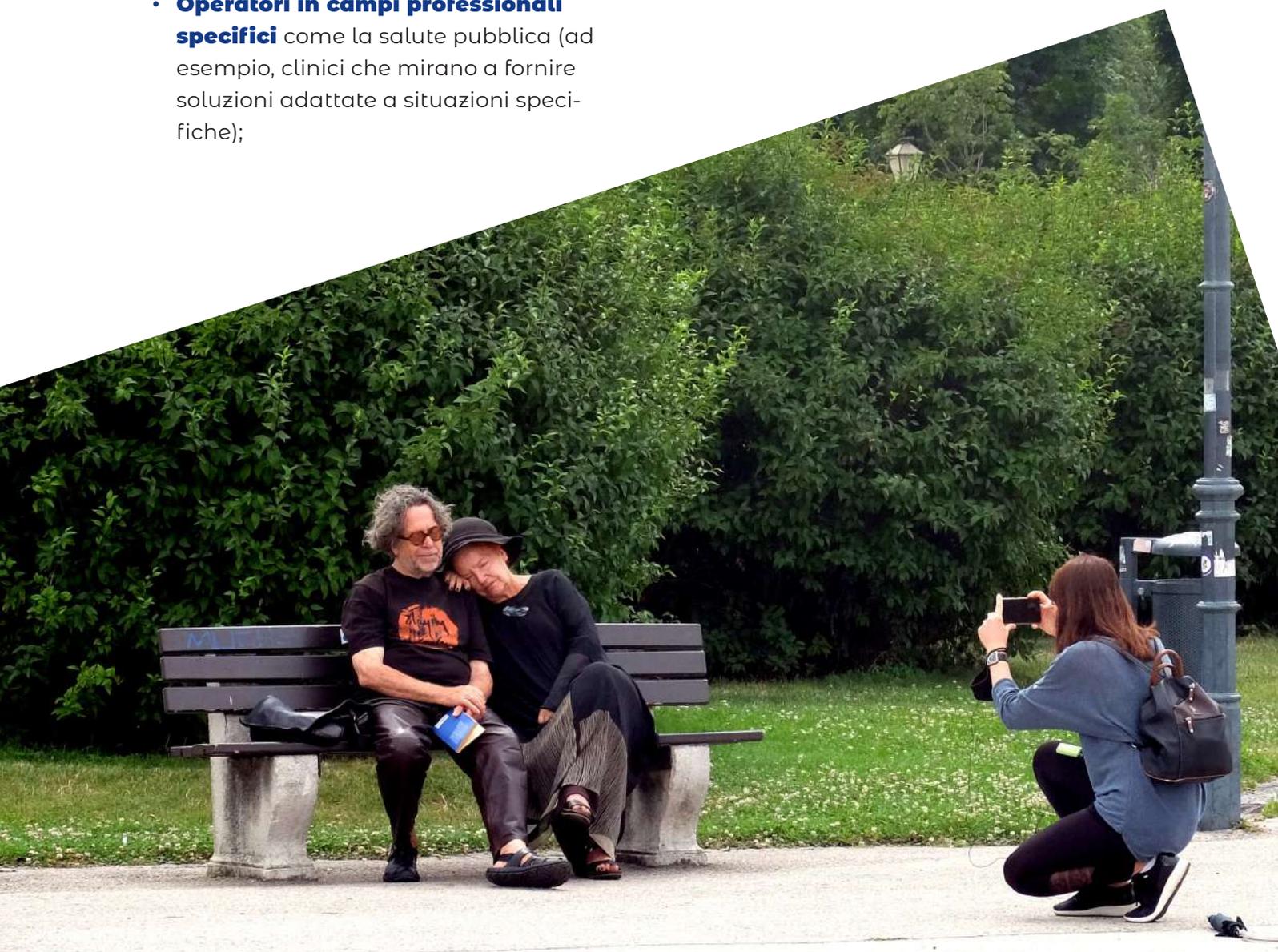
---

5 Per maggiori informazioni, consultate il progetto Europe3E (Europe through Young Eyes: Explore, Exchange, Exhibit) qui: <https://www.yes-forum.eu/projects/>.

## 4.1.2. Destinatari

Di conseguenza, Photovoice è la soluzione ideale per le parti coinvolte che perseguono uno degli obiettivi sopra citati e che lavorano per l'inclusione delle comunità emarginate nella sfera pubblica, in particolare:.

- **Ricercatori e studenti** di scienze sociali;
- **ONG** che si occupano di giovani e lavoro sociale;
- **Attivisti** che sensibilizzano su temi determinati (sia formalmente raggruppati come ONG che come gruppi informali);
- **Operatori in campi professionali specifici** come la salute pubblica (ad esempio, clinici che mirano a fornire soluzioni adattate a situazioni specifiche);
- **Educatori**;
- **Responsabili politici** che cercano un contributo diretto e autentico da parte dei cittadini a cui si rivolgono;
- **Membri della comunità** che mirano a migliorarla.



## 4.1.3. Vantaggi e svantaggi di Photovoice rispetto ai metodi tradizionali

Rimane una domanda: perché Photovoice è così adatto agli scopi e agli stakeholder citati, alla luce delle caratteristiche evidenziate nell'introduzione di questa sezione?

Di seguito sono presentati in forma di elenco i vantaggi e gli svantaggi insiti nell'uso di Photovoice che dovrebbero essere considerati prima di scegliere questo metodo.!

### Vantaggi per i partecipanti stessi:

- **Aumento delle competenze e delle conoscenze sulla fotografia** e sul suo utilizzo per il cambiamento sociale.
- **Miglioramento del pensiero critico.**
- **Maggiore capacità di espressione collaborativa/collettiva** (come definire e concordare collettivamente un messaggio).
- **Maggiore conoscenza della propria comunità** (ad es. punti di forza e di debolezza, bisogni, competenze ed esperienze da condividere...).
- **Maggiore fiducia nella capacità dei partecipanti di impegnarsi nell'auto-promozione** (alzare la voce in altri contesti).

### Vantaggi nel raggiungimento degli obiettivi del ricercatore/facilitatore:

- **Metodo adattabile:** Photovoice è facilmente implementabile in contesti e tempi diversi.
- **Accessibilità:** Photovoice ha una soglia bassa – se non nulla – per partecipare, poiché non è richiesta alcuna competenza iniziale, nemmeno in campo fotografico. La fotografia stessa, grazie alla sua essenza visiva, aiuta a superare molti ostacoli all'espressione di sé, stimolando le riflessioni dei partecipanti senza la necessità di mettere inizialmente le parole sulle loro idee.
- **Adatto a qualsiasi argomento quando la comunicazione verbale è meno adatta:** Photovoice aiuta ad affrontare argomenti tabù o emotivi, così come opinioni su concetti e argomenti astratti. Può essere visto come un “modo alternativo di conoscere”.
- **Legame più rilassato e aperto:** il metodo aiuta a coinvolgere partecipanti che si sentirebbero a disagio o addirittura diffidenti nei confronti di contesti più formali.

- **Coinvolgente, attivo, divertente:** essendo più interattivo e dinamico dei metodi tradizionali, Photovoice incentiva l'impegno e la motivazione dei partecipanti. In genere, nessuno ha la passione di scrivere raccomandazioni politiche... quindi l'uso della fotografia è un'alternativa perfetta!
- **Risultati visivi:** Photovoice fornisce materiale potente per la comunicazione, soprattutto se si tratta di advocacy. Le immagini hanno un'influenza maggiore delle parole, in quanto scatenano reazioni più dirette ed emotive.
- **Dà potere ai partecipanti e riduce i pregiudizi:** poiché i partecipanti sono messi sullo stesso piano del ricercatore/facilitatore, si riduce lo "squilibrio di potere", solitamente problematico, che può portare a risultati distorti e a un minore coinvolgimento dei partecipanti.

## Svantaggi:

Nonostante i suoi numerosi vantaggi, il photovoice non è una soluzione adatta a tutti! Le parti interessate dovrebbero considerare i seguenti svantaggi prima di utilizzare il metodo.

- **Non adatto per progetti o campioni su larga scala:** Photovoice è adatto a piccoli gruppi e non a gruppi molto numerosi. In genere, Photovoice non si adatta alla ricerca quantitativa e può integrare ma non sostituire una consultazione che mira a raggiungere 1000 partecipanti.
- **Richiede tempo:** la realizzazione di molte interviste brevi in un giorno rende la raccolta dei dati molto più veloce, mentre il processo "ideale" di Photovoice prevede l'organizzazione di diversi incontri con i partecipanti per un certo periodo di tempo. Inoltre, il processo di Photovoice può essere semplice e diretto, ma può anche comportare un lungo lavoro di sensibilizzazione per coinvolgere il gruppo target desiderato.
- **Non tutti i partecipanti si sentono a proprio agio nello scattare foto con un aspetto personale:** anche se Photovoice aiuta ad affrontare argomenti tabù o emotivi, non sempre si adatta perfettamente alla totalità dei partecipanti, e a volte le conversazioni dirette a tu per tu possono portare a risultati più profondi, anche se richiedono più tempo per costruire la fiducia.

The VOICE participants are presenting their interpretations of some pictures.

---

- **La facilità d'uso può portare a un suo uso improprio:** soprattutto nella ricerca, il Photovoice può essere allettante come sostituto “facile e veloce” di un impegno etnografico a lungo termine, ma non porta necessariamente a risultati di pari qualità e validità se il ricercatore/facilitatore non pianifica attentamente la propria metodologia. In altre parole: Photovoice non consiste solo nello scattare foto e parlarne.
- **I politici possono essere cauti nell'accettare i risultati:** per le stesse ragioni, alcuni power broker a cui si rivolge un progetto di Photovoice possono semplicemente rifiutarne i risultati. I politici vecchio stile possono ascoltare più facilmente i canali più tradizionali, come le raccomandazioni politiche formali scritte.
- **La validità dei risultati può essere messa in discussione:** il metodo incontra lo stesso ostacolo della ricerca qualitativa in generale quando si tratta di come potrebbe essere percepito, ma ancora di più a causa delle componenti visive e partecipative che contribuiscono a far credere il metodo come meno rigoroso, troppo leggero.



## 4.2.

# PROCESSO E ASSISTENZA PASSO DOPO PASSO: PANORAMICA GENERALE



**PHOTOVOICE**

=

**Photos**  
**Voicing Our Individual and**  
**Collective Experience**

Oltre a formare un bell'acronimo, questo riassunto diretto del metodo Photovoice ci pone di fronte a una domanda: come si usano concretamente le foto per trasformare le esperienze individuali in un messaggio collettivo?

Per fornire una comprensione generale di cosa significhi in pratica un “percorso di Photovoice”, questa sezione illustra i passi fondamentali da compiere perché il metodo raggiunga il suo scopo. Inoltre, evidenzia i principi generali che è essenziale tenere a mente quando si pianifica questo percorso nella sua interezza.

Questa panoramica, a sua volta, ci permette di concentrarci su ciascuna delle fasi in modo più dettagliato nelle sezioni successive e finali.



## 4.2.1. L'essenza di un “percorso di Photovoice”

Un progetto di Photovoice può essere suddiviso nelle seguenti fasi principali:

1. Preparazione di un progetto di Photovoice
2. Preparazione dei partecipanti a Photovoice
3. Domanda di ricerca: sviluppo e discussione
4. Lavoro sul campo: scattare fotografie
5. Processo di selezione
6. Diffusione / Mostra di Photovoice

### 1. Preparazione di un progetto di Photovoice:

Prima di rivolgersi ai partecipanti, un ricercatore/facilitatore che intende utilizzare il Photovoice deve innanzitutto considerare le specificità del proprio contesto – Photovoice si inserisce in un quadro più ampio? L'argomento è già definito come una conseguenza? I tempi sono limitati da una scadenza? – e adattare la pianificazione di conseguenza.

### 2. Preparare i partecipanti a Photovoice:

Prima di essere invitati a esprimersi sul tema selezionato attraverso fotografie e discussioni di gruppo, i partecipanti devono essere preparati. Questa preparazione riguarda tre aspetti principali:

- Introduzione al metodo Photovoice: come funziona Photovoice? in quale contesto si inseriscono i contributi dei partecipanti?
- Costruire la fiducia all'interno del gruppo: i tradizionali “rompighiaccio”, i giochi dei nomi e altri metodi non formali sono indispensabili per favorire la costruzione del gruppo e assicurarsi che i partecipanti siano a proprio agio con gli altri prima di iniziare a condividere questioni personali.
- Familiarizzare con la fotografia: non è necessario che i partecipanti diventino fotografi e artisti professionisti. Tuttavia, introdurre gli aspetti chiave della fotografia può stimolare la loro creatività e aiutarli a trasformare le loro idee in messaggi visivi convincenti.

### 3. Domanda di ricerca: sviluppo e discussione:

Il punto di partenza di un processo di Photovoice inizia con la formulazione di una “domanda di ricerca”.

In primo luogo, i partecipanti sono coinvolti nella progettazione della domanda di ricerca per far sì che sia rilevante per la loro esperienza personale e che il suo esatto significato sia condiviso da tutti i partecipanti. Se il contesto impone un argomento specifico



(ad esempio, se Photovoice si inserisce in un progetto di ricerca più ampio), i partecipanti sono almeno coinvolti nella scelta della sua esatta formulazione, per evitare che un “estraneo” li influenzi attraverso la formulazione della domanda stessa. Se il contesto consente una maggiore o addirittura una totale libertà nella scelta dell'argomento, il coinvolgimento dei partecipanti in questa fase iniziale garantisce che il tema selezionato e la domanda conseguente siano per loro significativi e non si basino su ipotesi fuorvianti.

In seguito, i partecipanti prendono parte a una sessione dedicata che offre loro tempo e un ambiente adatto per pensare alle loro risposte personali alla domanda di ricerca. L'attenzione si concentra sulla formulazione di risposte individuali, vale a dire risposte che esprimono il punto di vista di ogni singolo partecipante. I partecipanti possono comunque discutere le loro risposte personali per stimolare le riflessioni individuali degli altri e fare un brainstorming su come esprimersi attraverso le fotografie.

#### **4. Lavoro sul campo: scattare fotografie:**

I partecipanti vengono preparati e accompagnati nel “lavoro sul campo”, consentendo loro di scattare foto che trasmettano le idee elaborate nella fase precedente. Il ricercatore/facilitatore ha il compito di fornire loro il contesto adatto per farlo, ad esempio l'ora e il luogo che offrono l'opportunità di scattare le foto che i partecipanti hanno pianificato..

#### **5. Processo di selezione:**

I partecipanti scrivono didascalie o annotazioni per accompagnare le loro fotografie, analizzando ed esplicitando ciò che vogliono comunicare attraverso di esse.

Condividono i loro elaborati con il resto del gruppo e poi discutono i risultati ottenuti dai partecipanti: Ci sono temi comuni? Che cosa è importante per il gruppo?

Infine, successivamente a queste discussioni, i partecipanti selezionano solo alcune foto, concentrandosi su quelle con cui la maggior parte – se non tutto – il gruppo si sente in relazione e su cui concorda. Le foto e le storie finali dunque costituiscono una risposta comune alla domanda di ricerca. In questo modo i risultati di Photovoice, che comprendono sia le immagini che le narrazioni, non esprimono la storia di un singolo individuo, ma piuttosto un messaggio di gruppo.

#### **6. Divulgazione / Mostra di Photovoice:**

Alla fine, i partecipanti usano i loro risultati – la raccolta finale di foto e racconti – per raggiungere i power broker che hanno gli strumenti per influenzare la loro vita. Questa fase di diffusione è una parte cruciale di tutti i progetti di Photovoice, in quanto è essenziale per garantirne l'impatto sociale positivo: la condivisione di pensieri e opinioni con i decisori politici permette di condividere ciò che è importante per i partecipanti e di promuovere un cambiamento sul tema selezionato.

Questo avviene solitamente attraverso l'organizzazione di una mostra di Photovoice che invita i responsabili politici e altri stakeholder a incontrare i partecipanti e a discutere i loro risultati. Tuttavia, questa diffusione dei risultati può essere adattata al contesto del progetto: ad esempio, i power broker non sono necessariamente i politici, e una mostra fotografica pubblica non è sempre il modo migliore per coinvolgerli!

## 4.2.2. Consigli generali

Mentre la prossima sezione richiamerà l'attenzione sugli aspetti importanti nella pianificazione di ogni fase del progetto, i seguenti aspetti dovrebbero essere attentamente considerati quando si progetta l'impianto generale di qualsiasi processo di Photovoice.

### Attenzione al rischio di tokenismo:

Rendere la partecipazione effettivamente partecipativa!

Il "tokenismo" è la pratica di fare uno sforzo superficiale per essere inclusivi nei confronti dei membri di gruppi minoritari, solo per salvare le apparenze. Questi sforzi di inclusione si fermano tipicamente all'inclusione dei membri di una comunità emarginata all'interno di un progetto, senza dare loro voce in capitolo nella progettazione o nei risultati, e senza considerare ulteriormente le loro esigenze specifiche. Ad esempio, un luogo di lavoro equilibrato dal punto di vista del genere non significa che le donne non dovranno affrontare alcuna forma di molestia sessuale, senza politiche specifiche per affrontare il problema.

Nel caso di Photovoice, i partecipanti dovrebbero essere coinvolti il più possibile in tutte le fasi, non solo quindi nella raccolta dei dati (cioè scattare foto e annotarle), ma fin dall'inizio nello sviluppo della domanda di ricerca per arrivare all'interpretazione/analisi dei risultati (ad esempio, attraverso discussioni di gruppo che individuano tendenze e temi emergenti tra le foto, dettagliando e aggiustando le annotazioni), nonché alla loro diffusione (ad esempio, i partecipanti dovrebbero contribuire alla pianificazione della mostra di

Photovoice e ospitarla loro stessi).

Tuttavia, le fasi descritte rappresentano il processo di "Photovoice ideale" e possono essere modificate in base a diversi aspetti contingenti (ad esempio, disponibilità dei partecipanti, condizioni di salute, potenziale turnover).

### Adattarsi ai propri obiettivi:

L'uso di Photovoice nel contesto della **ricerca accademica**, ad esempio, richiede un processo di analisi molto più rigoroso di quello che deve essere messo in atto se l'obiettivo è quello di responsabilizzare i partecipanti.

In un progetto di ricerca accademica, il rigore del processo di analisi è fondamentale per la validità dei risultati. Pertanto, dovrete strutturare attentamente il processo di analisi, registrarlo e pianificare un procedimento globalmente più lungo (ad esempio, identificare i temi/codificare i risultati in una prima fase, quindi utilizzarli per verificare se sono rilevanti in una seconda fase, correggere i temi/codici se sembrano essere meno rilevanti del previsto in una terza fase, ecc.).

Quando Photovoice viene utilizzato per uno scopo diverso dalla ricerca accademica, la metodologia rimane importante per garantire che gli stakeholder non mettano in dubbio la rappresentatività dei risultati dei partecipanti, ma le aspettative sono naturalmente più basse rispetto alla ricerca accademica. Registrare le discussioni dei partecipanti per corroborare i risultati potrebbe quindi rivelarsi una strategia intelligente.

## Usare Photovoice con i “giovani più giovani”:

Anche restringendo il campo alla consueta definizione dell'Unione Europea di giovani come “persone di età compresa tra i 13 e i 30 anni”, i giovani rimangono un gruppo molto ampio ed eterogeneo. Oltre alle procedure obbligate, come ottenere il consenso dei genitori per il loro coinvolgimento o accompagnarli durante il lavoro sul campo, l'uso di Photovoice con i giovani al di sotto dei 18 anni richiede ulteriori precauzioni sotto diversi aspetti.

Che abbiano iniziato o meno il passaggio all'età adulta, i giovani si trovano in una posizione più “vulnerabile” rispetto alle coorti generazionali più anziane, poiché stanno crescendo come cittadini e formando le percezioni della politica che determineranno il loro futuro impegno civico, o il loro disinteresse. Come evidenziato da Strack et al. (2014) “Il metodo Photovoice può potenzialmente creare il risultato negativo di suscitare speranze, ma di non riuscire a informare la politica o a muovere l'interesse dell'opinione pubblica. Una situazione del genere potrebbe far sentire i partecipanti più disperati e senza potere rispetto a quando hanno iniziato il programma. È indispensabile intraprendere azioni concertate per evitare questa conseguenza negativa. Pertanto, una pianificazione tempestiva, che cerchi di raccogliere il sostegno e l'interesse dei leader della comunità e dei responsabili politici, è della massima importanza”. Sebbene ciò valga per tutti i potenziali partecipanti, questa argomentazione esorta gli

La nostra trainer  
Sabina Suta-  
Islamovic, spiega il  
metodo al training  
di Vienna.

operatori a prestare particolare attenzione quando si tratta dei giovani.

È importante evitare di creare aspettative troppo alte sui risultati che i giovani sono in grado di ottenere in termini di influenza sulle politiche. Per un processo veramente partecipativo, i partecipanti al Photovoice dovrebbero essere coinvolti nella pianificazione e nella realizzazione di un evento finale di divulgazione, tipicamente una mostra di Photovoice. Tuttavia, è importante tenere presente che la maggior parte dei giovani non ha legami con la comunità e quindi si affida all'influenza degli adulti “connessi” per raggiungere e attrarre un pubblico rilevante (Strack R. et al, 2004).

I partecipanti più giovani, inoltre, avranno bisogno di un supporto aggiuntivo per preparare il loro coinvolgimento in un evento di questo tipo: tuttavia, questo non significa che qualcuno debba parlare al posto loro! Un facilitatore che lavora con i più giovani dovrà dedicare più tempo alla pianificazione della mostra fotografica finale e soprattutto alla preparazione dei partecipanti stessi (ad esempio, mettendoli a proprio agio nel parlare in pubblico, se necessario, allenandoli e facendoli esercitare a presentare una fotografia a un adulto esterno, esplorando modi alternativi e adeguati per dare spazio ai giovani partecipanti all'evento).



## 4.3.

# ISTRUZIONI PASSO DOPO PASSO E MATERIALE PRONTO PER L'USO

Partendo dalla comprensione generale di come si svolge un progetto di Photovoice (cfr. sezione 4.2), questa parte finale del manuale si concentra su ciascuna fase del processo descritto passo dopo passo.

Per rendere il più semplice e diretto possibile agli aspiranti facilitatori di Photovoice il mettere in pratica il metodo per la prima volta, ogni fase è descritta come segue:

- **Obiettivi:** spiegazioni che evidenziano i risultati attesi per ogni fase.
- **Suggerimenti per la facilitazione – Cosa prendere in considerazione:** osservazioni che richiamano l'attenzione su fattori specifici da considerare nella pianificazione e nella gestione di ogni fase, nonché sull'adattamento ai propri obiettivi, al contesto e al gruppo target.
- **Schemi delle attività:** attività suggerite per ogni fase, con istruzioni passo-passo e materiale pronto per la loro realizzazione (ad esempio, PPT e fogli di lavoro precompilati).

In relazione agli schemi delle attività, si noti che:

- **Conoscenze preliminari:** Poiché l'intera guida si rivolge agli studiosi accademici delle scienze sociali, nonché agli operatori sociali e giovanili interessati a utilizzare Photovoice nel proprio contesto, le pagine seguenti evidenziano e descrivono aspetti specifici di Photovoice e forniscono solo sintesi in relazione al

lavoro sociale e giovanile. Si presuppone che il lettore abbia almeno un po' di esperienza e competenza nell'impostazione di progetti giovanili/sociali (ad esempio, il reclutamento dei partecipanti, la costruzione di un rapporto di fiducia con loro, l'identificazione delle parti interessate).

- **Materiale pronto per l'uso:** Il materiale di accompagnamento è fornito in inglese, salvato nel formato originale .pptx o .doc per facilitare la traduzione e la modifica in base alle proprie esigenze. Tutto il materiale scaricabile è segnalato dal simbolo<sup>6</sup>:



**Tempi:** La tempistica suggerita per le attività è adatta a gruppi di 10-20 partecipanti. Si tratta del tempo minimo necessario per raggiungere gli obiettivi della fase, anche se si consiglia di dedicare del tempo in più, quando possibile, per consentire discussioni più approfondite e risultati più ricchi. Con i tempi minimi suggeriti, un processo completo di Photovoice (esclusa la mostra fotografica finale) può rientrare in 1,5 giorni con il seguente ordine del giorno come esempio:

---

<sup>6</sup> Tutte le risorse sono permanentemente disponibili in un unico pacchetto al seguente URL:

<https://www.yes-forum.eu/our-work/projects/voice-project/>

|                 |           |   |
|-----------------|-----------|---|
| <b>Giorno 1</b> | 9H-10H    | Preparare i partecipanti   Introdurre il metodo Photovoice  |
|                 | 10H30-12H | Preparare i partecipanti   Familiarizzare con la fotografia |
|                 | 13H-14H   | Domanda di ricerca   Sviluppo                               |
|                 | 14H30-16H | Domanda di ricerca   Discussione                            |
|                 | 16H-18H   | Lavoro sul campo   Fotografie                               |
| <b>Giorno 2</b> | 10H-12H   | Processo di selezione                                       |



I partecipanti di VOICE stanno presentando al gruppo l'interpretazione di alcune immagini.

# Step 1 – Preparazione di un progetto di Photovoice

## Obiettivi

Adattare l'intero processo ai vostri obiettivi, vincoli e opportunità..

### Suggerimenti per la facilitazione – cosa considerare

- **Scopo e obiettivi:** L'obiettivo finale e i risultati misurabili lungo il percorso..

*Lo scopo si riferisce all'intenzione generale, alla meta finale, mentre gli obiettivi costituiscono i passi intermedi da compiere per raggiungere questa meta, i risultati concreti che contribuiscono a raggiungerla.*

*Ad esempio, se lo scopo è "Sensibilizzare sulla povertà giovanile nella mia città", gli obiettivi possono essere: "Raccogliere 15 testimonianze di giovani svantaggiati; organizzare una mostra pubblica con 40 ospiti; raggiungere i politici locali"*

- **Tempo:** Quanto tempo potete dedicare ai partecipanti? Con quale frequenza? Avete una scadenza?

*Il profilo dei partecipanti avrà un impatto radicale sull'intero processo: ad esempio i giovani disoccupati saranno più facili da raccogliere regolarmente rispetto ai genitori che lavorano, quindi in quest'ultimo caso è necessario un periodo di tempo più lungo.*

*La scadenza dipende soprattutto dal vostro scopo: potreste non avere una scadenza specifica ed essere in grado di pianificare un progetto a lungo termine, oppure avere meno margine se state usando Photovoice in un contesto che impone una scadenza, ad esempio*

*la presentazione di una tesi o una consultazione pubblica.*

*In generale, questi fattori vi porteranno a trovare il vostro equilibrio tra un esercizio di Photovoice breve e su piccola scala, completato nell'arco di due giorni, e un progetto a lungo termine, con sessioni distribuite nell'arco di diversi mesi.*

- **Partecipanti:** Chi è il vostro gruppo target? Come si può raccogliere un gruppo rappresentativo?
- **Facilitatore:** Quanti possono facilitare il processo? Di quanto supporto hanno bisogno i partecipanti?

*Questi due fattori influenzeranno le dimensioni del gruppo con cui si può lavorare: mentre un singolo facilitatore può supportare circa 10 partecipanti senza esigenze particolari, l'equilibrio migliore è di 1 facilitatore per ogni 5 partecipanti che necessitano di un supporto extra a causa di esigenze specifiche (ad esempio, barriere sociali, problemi di salute, disabilità, differenze culturali)<sup>7</sup>.*

*È essenziale che i facilitatori pensino alle possibili sfide che i loro gruppi target potrebbero affrontare quando*

---

<sup>7</sup> Se lavorate nell'ambito di un progetto finanziato dall'UE, potete potenzialmente ricevere un ulteriore sostegno economico per finanziare i vostri sforzi verso l'inclusione.

*lavorano con Photovoice. Ciò influenza l'impostazione di tutti i workshop, le dimensioni del gruppo, i materiali utilizzati, ecc. Pensate al vostro gruppo target: dove potrebbero trovarsi le loro sfide? Che cosa potrebbe essere necessario adattare alle loro esigenze?*

- **Luoghi:** Dove si trova la location? Offre la possibilità di scattare foto significative? Se no, dove potete condurre i partecipanti?

- **Materiale:** Dovete fornire macchine fotografiche? Si possono stampare immagini istantaneamente?

*There are several options such as using the participants' smartphones, using cameras your organisation might have, borrowing cameras or buying single use cameras.*

### **Erasmus+ and European Solidarity Corps Inclusion and Diversity Strategy**

<https://erasmus-plus.ec.europa.eu/document/implementation-guidelines-erasmus-and-european-solidarity-corps-inclusion-and-diversity-strategy>  
the website: [https://european-union.europa.eu/index\\_en](https://european-union.europa.eu/index_en)

## **Step 2.1 – Preparare i partecipanti - Introdurre il metodo Photovoice**

### **Obiettivi**

Far conoscere ai partecipanti il metodo Photovoice, condividere gli obiettivi e costruire la fiducia all'interno del gruppo.

### **Suggerimenti per la facilitazione - Cosa considerare**

- **Team-building:** I partecipanti si conoscono già? Conoscono i facilitatori? Di quanto team-building hanno bisogno in base al loro profilo?

*Un gruppo in cui i partecipanti si conoscono già (ad esempio, studenti della stessa classe) può immergersi nel Photovoice molto più rapidamente di un gruppo di perfetti sconosciuti, ma anche in questo caso è importante costruire fiducia e confidenza con i facilitatori per assicurarsi che i partecipanti si*

*sentano abbastanza a proprio agio da esprimersi apertamente durante l'esercizio di photovoice.*

*Inoltre, poiché Photovoice è particolarmente adatto ai gruppi emarginati, questo aspetto della preparazione dei partecipanti è ancora più importante se si lavora con persone con esigenze particolari. Utilizzate la vostra "cassetta degli attrezzi per i giovani e gli operatori sociali" per aiutare i partecipanti a sentirsi sufficientemente a proprio*

agio e sicuri di sé per condividere storie personali nonostante le loro potenziali difficoltà, come gli ostacoli sociali (ad esempio, difficoltà interpersonali, ansia sociale, mancanza di fiducia in sé stessi, paura di parlare in gruppo).

- **Presentare il metodo Photovoice:** il processo passo dopo passo deve essere presentato, così come i propri scopi e obiettivi, per assicurarsi che i partecipanti capiscano a cosa stanno contribuendo..

*Oltre al metodo graduale e all'obiettivo del suo utilizzo, un gruppo che ha già familiarità con il significato di ricerca o di advocacy, ad esempio, avrà bisogno di meno spiegazioni rispetto a un gruppo che non ha familiarità con ciò che questi concetti comportano.*

*Per esempio, potrebbe essere utile abbattere false credenze che i partecipanti potrebbero nutrire sulla ricerca, immaginando scienziati pazzi o Indiana Jones invece di un sociologo che raccoglie accuratamente dati attraverso interviste, o spiegare cosa significa advocacy in modo che i capiscano che possono, come cittadini,*

*“fare pressione per sé stessi”..*

- **Regole di base:** C'è bisogno di evidenziare regole specifiche, a causa del profilo dei partecipanti, di un argomento di ricerca delicato o altro?

*Oltre alle regole ovvie ma importanti come la puntualità, potrebbe essere necessario porre maggiore enfasi su alcune regole specifiche a seconda dell'argomento: con un argomento delicato/divisivo come il genere, ad esempio, si consiglia di dedicare più tempo alla discussione su “Libertà di parola vs Rispetto reciproco” per favorire le condizioni giuste per condividere liberamente idee e storie personali, per assicurarsi che i partecipanti non si censurino per paura di essere giudicati dagli altri.*

I partecipanti di VOICE stanno familiarizzando con il metodo al training di Vienna.



## Schemi delle attività

### Tema: Team-building

---

**Dimensione del gruppo:** fino a 20 partecipanti

**Durata:** 30 minuti

**Setting:** sedie posizionate a ferro di cavallo per lasciare sufficiente spazio nel mezzo

**Materiale:** stampante, macchine fotografiche o smartphone

---

### Istruzioni passo dopo passo:

Potete scegliere uno dei seguenti “rompighiaccio fotografici” per utilizzare il team building come occasione per iniziare a parlare anche di fotografia.

#### “L’immagine più suggestiva che abbia mai visto”

1. Prima della riunione, chiedete a ogni partecipante di trovare l’immagine “più potente” che gli viene in mente e di inviarvela.

Può trattarsi di qualsiasi tipo di immagine: qualcosa che ricordano dai libri di storia, un’immagine che li ha fortemente impressionati nei notiziari o nei social media, una fotografia che hanno visto in una mostra fotografica locale... o anche una loro foto!

In alternativa, potete programmare un po’ di tempo all’inizio della riunione per far riflettere i partecipanti su questa immagine con il vostro supporto.

2. Stampare le immagini selezionate da tutti i partecipanti (almeno in formato A4).

Durante la riunione, chiedete a ogni partecipante di mostrare e presentare la propria scelta personale al resto del gruppo in pochi minuti. Potete utilizzare le seguenti domande guida per aiutarli, o facilitare la discussione dopo la presentazione di ogni immagine.

- Che cosa si vede in questa foto?

- Perché avete scelto questa foto?

- Dove avete trovato o potreste trovare questa foto?
- Che cosa pensate che il fotografo volesse mostrare o raccontare? Perché?

### **“La mia immagine”**

Prima o all'inizio dell'incontro, chiedete ai partecipanti di scattare una foto in cui non compaiono, ma che li rappresenti (ad esempio, la loro casa, un hobby, qualcosa che simboleggia il loro stile di moda, i loro gusti musicali, ecc.)

Stampate le immagini ottenute e distribuitele a caso al gruppo, una per ogni partecipante.

Poi chiedete ai partecipanti di provare a trovare la persona che la foto rappresenta.

### **“Foto dello stato d'animo”**

Allo stesso modo, all'inizio della riunione, chiedete ai partecipanti di scattare una foto che rappresenti il loro stato d'animo, ma in cui non compaiano loro stessi, né alcun volto umano, in modo che l'esercizio non sia troppo facile e possa portare a risultati divertenti o sorprendenti.

Stabilite un limite di tempo (ad esempio 15 minuti) per renderlo anche una sfida!

Poi riunite i partecipanti e chiedete a ciascuno di loro, a turno, di mostrare la propria immagine. Gli altri devono prima cercare di indovinare cosa esprime la foto. Poi il fotografo può rivelare la verità.

---

#### **Commenti:**

Oltre a questi rompighiaccio fotografici, potete affidarvi ai vostri rompighiaccio preferiti per creare fiducia e sicurezza all'interno del vostro gruppo.

## **Tema: Presentare Photovoice**

---

**Dimensione del gruppo:** qualsiasi

**Durata:** 30 minuti

**Setting:** qualsiasi

**Materiale:** proiettore, slide: "Step2.1\_IntroducingPhotovoice.pptx" 

---

### **Istruzioni passo dopo passo:**

Assicuratevi di coprire tutti i seguenti aspetti attraverso una semplice presentazione::

- La vostra organizzazione e voi stessi
- I vostri obiettivi nell'utilizzo di Photovoice: a cosa contribuiranno i risultati dei partecipanti? Come verranno utilizzati?
- Come funziona Photovoice?
- Quanto tempo durerà il processo di Photovoice?

Lasciate un po' di tempo per le domande e le risposte, in modo da adattare ai partecipanti e concentrarvi sugli aspetti con cui hanno meno dimestichezza (ad esempio, cos'è una consultazione pubblica? Cos'è l'advocacy?).

---

### **Commenti:**

Per introdurre il metodo Photovoice, si possono utilizzare anche risorse aggiuntive come il breve video-tutorial disponibile su [voice.yes-forum.eu](http://voice.yes-forum.eu).

## **Tema: stabilire le regole di base**

---

**Dimensioni del gruppo:** fino a 20 partecipanti

**Durata:** 20 minuti

**Setting:** qualsiasi

**Materiale:** Lavagna a fogli mobili, post-it, penne e pennarelli

---

### **Istruzioni passo dopo passo:**

Per creare fiducia e un senso di comproprietà all'interno del gruppo e per promuovere un maggiore impegno verso queste regole di base, è meglio chiedere ai partecipanti di stabilire insieme le proprie regole. Per farlo, potete affidarvi alla seguente attività di base.

- 1.** Su una lavagna a fogli mobili, scrivete semplicemente, in modo visibile, "Regole di base".
  - 2.** Date 5 minuti ai partecipanti per scrivere le regole che secondo loro devono essere rispettate per sentirsi a proprio agio nel gruppo. Dovrebbero scrivere ogni regola su un foglio adesivo diverso.
  - 3.** Chiedete a un primo partecipante di posizionare i propri foglietti adesivi sulla lavagna a fogli mobili e di spiegarli brevemente.
  - 4.** Invitate poi ogni successivo partecipante ad aggiungere le proprie note adesive dove ritiene opportuno sulla lavagna a fogli mobili e a spiegare le regole non ancora presenti.  
In genere, molti partecipanti si troveranno spontaneamente d'accordo su "Essere puntuali", il che porterà a molti foglietti adesivi che dimostrano quanto questa regola sia importante per l'intero gruppo.
  - 5.** Concludete aggiungendo eventuali regole importanti che non sono state ancora trattate.
- 

### **Commenti:**

Per quanto riguarda le esigenze specifiche di un progetto di Photovoice, e oltre all'universale "Siate puntuali" e simili, dovrete assicurarvi di includere:

- Riservatezza: non rivelare mai chi ha detto cosa al di fuori del gruppo.
- Ascoltarsi a vicenda e darsi il tempo necessario per parlare.
- Rispettare le differenze di opinione: "Siamo d'accordo nel non essere d'accordo".
- Non ci sono risposte giuste o sbagliate, "purché siano le vostre!".

## Step 2.2 – Preparare i partecipanti – Familiarizzare con la fotografia

### Obiettivi

I partecipanti sono in grado di esprimere meglio i messaggi attraverso la fotografia e di scattare foto di qualità.

### Suggerimenti per la facilitazione - Cosa considerare

- **Partecipanti:** Quanto conoscono già le funzioni di base di una fotocamera e/o di uno smartphone? Con l'aspetto artistico e la trasmissione di messaggi attraverso di essa?

*Con i partecipanti più giovani, l'animatore può saltare l'aspetto più elementare dell'uso della macchina fotografica (ad esempio, accendere/spegnere la macchina, ingrandire/rimpicciolire), mentre potrebbe essere necessario dedicare più tempo a questo argomento con i partecipanti più grandi.*

*Inoltre, gli studenti di una scuola d'arte molto probabilmente non avranno bisogno di un'introduzione agli aspetti creativi della fotografia (simbolismo, uso dei colori, texture, ecc.), mentre con gli studenti delle scuole medie si dovrà*

*porre una maggiore enfasi su questo aspetto..*

- **Aspetti tecnici:** Di quale risoluzione minima avete bisogno? Potete affidarvi agli strumenti dei partecipanti (ad esempio, smartphone) o dovete fornire delle telecamere?

*Fissare alcuni limiti tecnici e fornire consigli fotografici di base è importante per stimolare la creatività dei partecipanti, ma è fondamentale trovare un equilibrio: un'enfasi eccessiva sulla tecnica con un "corso di fotografia a tutto tondo" può al contrario soffocare la creatività, ad esempio portando i partecipanti a concentrarsi sull'estetica e sui tecnicismi invece che sul proprio messaggio!*

- **Consenso dei media:** Si tratta di un argomento cruciale dal punto di vista etico e legale e il "Modulo di consenso per i media" deve essere presentato il prima possibile, evidenziando che è necessario averlo da: (1) i partecipanti stessi per poter usare le loro foto per la diffusione e (2) chiunque appaia in modo riconoscibile in una qualsiasi delle loro foto.

Il nostro partner creativo Robin Höft di Framework registra materiale per i video-tutorial.



## Schemi delle attività

### Tema: Familiarizzare con la fotografia

---

**Dimensioni del gruppo:** fino a 20 partecipanti

**Durata:** 1 ora e 30 minuti

**Setting:** sedie posizionate a ferro di cavallo per avere abbastanza spazio in mezzo

#### Materiali:

- Proiettore
  - Presentazione “Step2.2a\_IntroducingArts&Technics” 
  - Opzione A: Immagini stampate che esemplificano diversi aspetti della fotografia (Sample “Step2.2b\_IntroducingArts&Technics\_PicsSelection” ) OPPURE Immagini stampate dai partecipanti (per sviluppare l'attività “L'immagine più suggestiva che abbia mai visto”, se utilizzata in precedenza)
  - Opzione B: stampato “Sfide fotografiche” (Template “Step2.2c\_IntroducingArts&Technics\_PhotoChallenges” )
  - Moduli di consenso per i media per tutti i partecipanti (Template “Step2.2d\_IntroducingArts&Technics\_MediaReleaseForm.docx” )
- 

#### Istruzioni passo dopo passo:

In 1H30, potete organizzare la vostra sessione come segue:

- 1H: Scegliete e svolgete una delle attività di “Introduzione alla fotografia” elencate di seguito. Se avete più tempo a disposizione, potete utilizzare una combinazione di queste attività, poiché affrontano aspetti diversi!
- 5 minuti: Fare un “controllo di qualità” con i partecipanti, discutendo i requisiti tecnici minimi a cui si mira (ad es. risoluzione, formato);
- 15 minuti: fornire spiegazioni sul modulo di consenso per i media e raccogliere le firme dei partecipanti.

## Opzione A - Introduzione alla fotografia: “Cosa vediamo?”

Questa attività è perfetta per riflettere sulla possibile discrepanza tra ciò che il pubblico vede e ciò che il fotografo voleva dire.

- Una serie di immagini viene stesa a terra o su un tavolo e il gruppo si riunisce in cerchio intorno ad esse.  
Le immagini possono essere tratte dai contributi dei partecipanti (se avete utilizzato l'attività “L'immagine più suggestiva che abbia mai visto”), oppure da immagini di repertorio che illustrano vari aspetti della fotografia (un esempio è disponibile insieme al materiale scaricabile).
- I partecipanti si prendono 2 minuti per guardare le foto, osservandole attentamente, in silenzio.
- Dividete i partecipanti in piccoli gruppi di lavoro di 3-4 persone ciascuno.
- 20 minuti, scelta e discussione delle foto: ogni partecipante trova la propria foto (se applicabile) o la foto che gli piace di più. I partecipanti discutono insieme:
  - ▶ Cosa si vede in questa foto?
  - ▶ Perché ha scelto questa foto?
  - ▶ Dove si può trovare questa foto (ad esempio in un ristorante, in una rivista, ecc.)?
  - ▶ Cosa pensate che il fotografo volesse mostrare o raccontare?
  - ▶ Come si fa a capire cosa intendeva il fotografo?
  - ▶ Come, dove e perché si usano le fotografie nelle nostre società?
  - ▶ Che impatto hanno le foto rispetto ad altri media? (ad es. testo, video, filmati...)
- 20 minuti, tempo di condivisione: Ogni gruppo di lavoro presenta le proprie risposte in pochi minuti, lasciando del tempo per le reazioni e le riflessioni spontanee dei partecipanti.  
Ogni gruppo dovrebbe concentrarsi sulle domande: “Cosa pensate che il fotografo volesse mostrare o raccontare? Come si fa a capirlo?” e “Dove e perché usiamo la fotografia nelle nostre società moderne?”.
- 10 minuti, debriefing: concludere la sessione con alcune osservazioni, sottolineando il seguente messaggio chiave (il PPT scaricabile fornisce punti più dettagliati): Photovoice non è solo “artistico”, ma utilizza la fotografia per trasmettere messaggi, ed è per questo che scrivere una narrazione è importante per noi, per evitare qualsiasi fraintendimento.

## Option B – Introduzione alla fotografia: “Sfida fotografica: gli elementi di una buona immagine”

Questa attività aiuta a richiamare l'attenzione dei partecipanti sui vari aspetti tecnici e artistici con cui possono giocare per trasmettere i loro messaggi.

- Dividete i partecipanti in piccoli gruppi di lavoro di 3-4 persone ciascuno.
- 5 minuti, istruzioni: ogni gruppo di lavoro riceve un compito o una sfida diversa tra le 5 seguenti:
  - ▶ In posa / non in posa: Scattate alcune foto di una persona in posa. Poi, scattate alcune foto a persone che non sanno di essere fotografate. Quali sono le differenze?
  - ▶ Sentimenti in foto: I partecipanti ricevono un elenco di parole che descrivono le emozioni: felice, triste, arrabbiato, eccitato, ecc. Stabilite un limite di tempo e chiedete ai partecipanti di scattare foto che trasmettano o simboleggino i sentimenti (uno o più).
  - ▶ Angoli: Scattate la stessa foto da tre angolazioni diverse.
  - ▶ Colori, motivi, texture: Scattate tre foto che si concentrino su (1) colore, (2) motivo, (3) struttura.
  - ▶ Che cos'è? Stabilite un limite di tempo e chiedete ai partecipanti di scattare un'immagine in cui sia difficile capire quale sia il soggetto/oggetto della fotografia. I partecipanti devono indovinare di che immagine si tratta.
- 20 minuti, sfida fotografica: I partecipanti hanno a disposizione un po' di tempo per realizzare la loro sfida. Sono invitati a provare più volte, fino a raggiungere il risultato “di maggior impatto”, per poi utilizzare il tempo rimanente per riflettere su una semplice domanda: Cosa cambia rispetto a una foto “normale”?
- 20 minuti, tempo di condivisione: Ogni gruppo di lavoro presenta la propria “opera d'arte finale” e il “principale risultato” in pochi minuti, lasciando del tempo per le reazioni rapide e spontanee.
- 10 minuti, debriefing: Non è necessario analizzare tutte le caratteristiche nei minimi dettagli. I partecipanti vengono presentati e invitati a considerare i seguenti aspetti nei giorni successivi, il resto spetta a loro!
  - ▶ Primo piano vs sfondo / Profondità di un'immagine
  - ▶ Soggetto principale / Punto focale

- ▶ Colori, forme, modelli e texture
- ▶ Angolazione / Punto di vista
- ▶ Prossimità / Distanza dal soggetto principale
- ▶ Formati Paesaggio e Ritratto
- ▶ Illuminazione vs ombra
- ▶ Simboli
- ▶ Le emozioni nelle foto

### **“Controllo qualità”**

Utilizzando il PPT fornito, è sufficiente passare in rassegna le diapositive dedicate. Invitate i partecipanti a controllare le impostazioni e le funzioni delle loro fotocamere o smartphone mentre le trattate.

### **Modulo di consenso per i media**

Presentate il modulo di consenso per i media e spiegate che non solo per motivi etici, ma anche per requisiti legali, è necessario restituire:

- Moduli firmati dai partecipanti stessi per autorizzare l'utilizzo delle fotografie da loro scattate;
- Moduli firmati da tutti coloro che possono essere riconosciuti in seguito nelle loro fotografie, inclusi loro stessi e tutti gli estranei che fotografano

È il momento perfetto per richiamare la loro attenzione sui fatti:

- Dovranno ottenere il consenso di chiunque possa essere riconosciuto nelle loro future foto, altrimenti non sarà possibile utilizzarle;
  - Possono trovare soluzioni alternative per affrontare questo ostacolo, ad esempio:
    - ▶ Usando gli altri compagni come modelli per evitare di dover ottenere il consenso dei “non partecipanti”;
    - ▶ Evitando fotografie che consentano il riconoscimento della persona, ad esempio concentrandosi sui dettagli, come le mani, facendo voltare di spalle i soggetti, fotografando grandi folle o utilizzando simboli per esprimere un messaggio.
-

## Commenti:

Infine, potete anche allenare l'occhio fotografico dei vostri partecipanti con altre attività brevi e semplici come:

- **Consigli e trucchi dei professionisti:** Invitate un fotografo professionista o un fotografo amatoriale esperto a incontrare il gruppo e a fornire i propri consigli su come scattare foto di qualità con una fotocamera o uno smartphone di base. In alternativa, potete anche utilizzare questo PDF1 scritto dai partner di VOICE Creative per fornire i loro consigli professionali.

Questi consigli e trucchi possono riguardare le impostazioni tecniche di base a cui prestare attenzione (ad esempio, risoluzione, autofocus, illuminazione, ecc.), nonché i "Dos & Don'ts" (ad esempio, non rivolti verso il sole, ecc.).

- **Uso dei simboli - Visualizzazione di un VIP:** Distribuite il nome di una persona nota a ogni partecipante o a piccoli gruppi. Non ditelo agli altri, però!

Ogni partecipante o gruppo fa un elenco delle caratteristiche di questo VIP e ne sceglie cinque che lo rappresentano al meglio. Il partecipante o il gruppo scatta poi delle foto che rappresentano queste caratteristiche. Scelgono la foto migliore per ogni caratteristica. Ogni partecipante o gruppo presenta poi le foto agli altri che devono cercare di indovinare chi è il VIP!

- **Visitare una mostra fotografica locale:** Perché non organizzare una gita nella vostra città per esplorare una mostra fotografica locale?

Controllate cosa succede nei musei, nelle gallerie d'arte, nelle ONG culturali o persino nel municipio! Sul posto, i partecipanti possono discutere di:

- ▶ Come il fotografo utilizza i colori, le forme, l'illuminazione e le linee?
- ▶ Quali angolazioni utilizza il fotografo? Perché?
- ▶ Cosa vuole mostrare il fotografo con le sue foto?
- ▶ Cosa rende queste foto speciali?
- ▶ Come vi fanno sentire le foto?

## Step 3.1 – Domanda di ricerca: sviluppo

### Obiettivi

Formulare l'esatta domanda di ricerca con i partecipanti per:

- Renderla il più pertinente possibile: un processo partecipativo fin dall'inizio assicura che la domanda di ricerca sia il più possibile modellata sui partecipanti.
- Ridurre il pregiudizio del ricercatore: i partecipanti non saranno influenzati dalla vostra formulazione se decidono come formulare la domanda di ricerca.
- Ottenere risultati più ricchi: la "conoscenza dall'interno" dei partecipanti come co-ricercatori, se coinvolti nella formulazione della domanda di ricerca, facilita una migliore comprensione dell'argomento.

### Suggerimenti per la facilitazione - Cosa considerare

- **Scopo di Photovoice:** L'argomento è imposto dai vostri obiettivi e/o dal contesto? Quanto margine potete permettervi?
- **Vincoli:** Quanto tempo potete dedicare a una prima sessione di brainstorming sulla domanda di ricerca?

*Se Photovoice si inserisce in un progetto di ricerca più ampio o se lo si utilizza, ad esempio, per contribuire a una consultazione pubblica, l'argomento generale è molto probabilmente già stabilito e non negoziabile, ma i partecipanti possono comunque formulare la propria domanda di ricerca su questa base.*

*Potete anche partire da zero e coinvolgere i partecipanti nella scelta dell'argomento generale, per poi trasformarlo in una precisa domanda di ricerca. Questo è particolarmente adatto se state usando Photovoice per responsabilizzare una comunità: questo primo passo può coinvolgere i partecipanti nel restringere il campo a un argomento che sia significativo per tutti loro.*

*Nel caso di un esercizio di Photovoice breve e su piccola scala, potreste non avere abbastanza tempo per lasciare ai partecipanti piena libertà nella scelta dell'argomento. In questo caso, si consiglia di preselezionare un argomento e di concentrare gli sforzi dei partecipanti nella formulazione della domanda di ricerca su questa base.*

*In un progetto a lungo termine, invece, vale la pena di dedicare una sessione più lunga alla fase di brainstorming. I partecipanti si sentiranno più coinvolti se potranno discutere comodamente dell'argomento da trattare e della formulazione della domanda di ricerca.*

## Schemi delle attività

### Tema: Brainstorming su temi, argomenti e domande di ricerca

---

**Dimensioni del gruppo:** fino a 20 partecipanti

**Durata:** 1 ora e 30 minuti

**Setting:** Sala organizzata in 4 spazi di lavoro con tavoli (4 gruppi di 5 partecipanti)

**Materiali:** Proiettore, presentazione „Step3.1\_ResearchQuestionDevelopment.pptx“ , post-it, lavagne a fogli mobili, pennarelli e penne

---

### Istruzioni passo dopo passo:

#### 1. 30 minuti, esercizio “Tempesta di parole”

Scegliete una domanda piuttosto generica che inviti i partecipanti a pensare ad argomenti importanti per loro e per i membri delle loro comunità, come ad esempio “Quali temi hanno un impatto e/o interessano i giovani della vostra comunità?”.

Se l'argomento è già stabilito in base agli obiettivi e/o al contesto, formulate la domanda di conseguenza, lasciando il più possibile spazio alle risposte dei partecipanti.

- **15 minuti, brainstorming ampio:** individualmente, i partecipanti scrivono le loro risposte come parole chiave, una nota adesiva per parola!

Dovrebbero scrivere tutto ciò che gli viene in mente per ora: nomi, aggettivi, verbi, concetti, espressioni, attività, luoghi...

I partecipanti mettono le loro risposte su una lavagna condivisa (in un gruppo numeroso potrebbero essere necessarie 2 o 3 lavagne attaccate insieme) dove vogliono: più disordinato è, meglio è per ora!

- **10 minuti, riordino:** i partecipanti vengono divisi in gruppi di lavoro di 4-5 persone ciascuno e viene dato loro un minuto per osservare i foglietti adesivi disordinati.

Uno dopo l'altro, ogni gruppo si avvicina alla lavagna a fogli mobili e può spostare le note adesive a piacimento. Hanno a disposizione fino a 2 minuti per cambiare tutto quello che vogliono, ma solo 2 minuti!

- **5 minuti, trovare le “tendenze”:** di solito a questo punto emergono alcuni rag-

gruppamenti con caratteristiche simili senza bisogno di istruzioni più precise.

Se tutti sono d'accordo, i quattro cluster più numerosi diventano il tema di un diverso spazio di lavoro.

## 2. 15 minuti, raccolta di idee per le domande di ricerca

Ogni spazio di lavoro tematico riceve una lavagna a fogli mobili vuota.

I partecipanti sono liberi di spostarsi da un tema/tavolo all'altro per scrivere su foglietti adesivi tutte le domande che vengono loro in mente e posizzarle sulla lavagna dedicata.

Le domande possono essere formulate in qualsiasi modo, per ora non c'è bisogno di domande di ricerca perfette!

## 3. 45 minuti, scegliere le migliori domande di ricerca

- **5 minuti, introduzione alla “domanda di ricerca perfetta”:** Presentate le linee guida di base su cosa rende perfetta una domanda di ricerca e mantenete la diapositiva PPT dedicata proiettata per il resto dell'attività.  
Per portare a risposte e immagini significative, una buona domanda di ricerca Photovoice dovrebbe essere:
  - ▶ personale (include la parola “tu”)
  - ▶ a risposta aperta (non si può rispondere solo “Sì” o “No”)
  - ▶ chiara e specifica (non confondibile o interpretabile in modo errato)
  - ▶ relativa (legata alla vita personale dei partecipanti)
- **20 minuti, nei gruppi di lavoro i partecipanti analizzano** di nuovo le domande suggerite in precedenza, raggruppano le domande simili, selezionano quelle con cui si relazionano di più e le trasformano in perfette Photovoice Research Questions, rispettando le linee guida fornite. Il facilitatore controlla i gruppi di tanto in tanto per sostenerli.
- **20 minuti, presentazioni di gruppo:** in un tempo massimo di 3-4 minuti ogni gruppo presenta le domande che ritiene più interessanti e motiva la propria scelta.

Ora avete un'ampia serie di potenziali domande di ricerca, congratulazioni! I partecipanti dovrebbero ora accordarsi su quella a cui vogliono rispondere attraverso Photovoice: potrebbe emergere spontaneamente un consenso, altrimenti potrebbe essere necessaria una votazione finale.

---

### Commenti:

- Se l'argomento è già definito in base agli obiettivi e/o al contesto, o se non potete dedicare tutto il tempo necessario a questa fase, potete iniziare da "2. Raccolta di idee per le domande di ricerca" e ridurre la sessione a 1H.
- L'Allegato 2 di questo manuale fornisce un esempio dei risultati di una sessione di brainstorming, rispondendo alla domanda: "Quali sono i temi che colpiscono e/o interessano i giovani della vostra comunità?".

La sessione è stata condotta con un gruppo internazionale di studenti e i temi, gli argomenti e le domande (a campione) che ne sono scaturiti sono quindi rilevanti nel contesto dei progetti internazionali.



## Step 3.2 – Domanda di ricerca: discussione

### Obiettivi

- I partecipanti comprendono la domanda di ricerca e la condividono.
- I partecipanti riflettono sulle loro risposte personali alla domanda di ricerca.
- I partecipanti provano a raffigurarsi nella mente immagini che esprimono le loro risposte personali e pianificano il lavoro sul campo.

### Suggerimenti per la facilitazione – cosa considerare

- **Riformulare la domanda di ricerca:** I partecipanti devono comprendere la domanda con parole proprie prima di provare a rispondere e concordare in qualche misura sul suo significato dettagliato.
- **Pensiero critico:** I partecipanti devono avere il tempo di riflettere sulle loro risposte personali alla domanda di ricerca.

*“[...] concordano in qualche misura sul suo significato dettagliato” ... e solo “in qualche misura”! Per garantire la coerenza dei risultati futuri, si dovrebbe evitare una discrepanza troppo grande nel modo in cui i partecipanti intendono la domanda. D'altra parte, l'identificazione e l'esplorazione di diverse comprensioni di un concetto può essere interessante utilizzando Photovoice!*

*Ad esempio, l'argomento “genere” non consentirà certamente una comprensione comune all'interno di alcuni gruppi (ad esempio, sesso vs genere, natura vs nutrimento): in questi casi, l'illustrazione di diverse comprensioni o percezioni rende l'uso di Photovoice particolarmente ricco.*

*A questo punto puntiamo a un ventaglio di risposte individuali, non ancora collettive. Tuttavia, i partecipanti possono discutere insieme le loro idee: questo può stimolare le loro riflessioni personali, aiutarli a trovare la giusta formulazione, aprire la loro mente a nuove idee, ecc.*

- **Come trasmettere le risposte attraverso le immagini:** Ai partecipanti deve essere concesso un tempo sufficiente per figurarsi immagini attraverso le quali esprimere le loro risposte.

*Sebbene l'attenzione rimanga sulle risposte individuali, il brainstorming collettivo è pertinente e utile a condizione che non influisca sulle risposte originali..*

## Schemi delle attività

### Tema: Domanda di ricerca – riflessioni individuali

---

**Dimensioni del gruppo:** fino a 20 partecipanti

**Durata:** 1 ora e 30 minuti

**Setting:** Sala organizzata in 4 spazi di lavoro con tavoli (4 gruppi di 5 partecipanti)

**Materiali:** Proiettore, PPT “Step3.2\_ResearchQuestionDiscussion.pptx” , lavagna a fogli mobili, fogli A4, penne e pennarelli

---

### Istruzioni passo dopo passo:

Per questa fase e per tutte le successive sessioni di Photovoice, i partecipanti sono divisi in 4 gruppi di lavoro di 5 persone ciascuno, e ogni gruppo affronta insieme le fasi rimanenti dall'inizio alla fine.

### 20 minuti, discussione e sviluppo della domanda di ricerca

L'obiettivo è, in un primo momento, assicurarsi che tutti i partecipanti comprendano la domanda di ricerca e che i partecipanti di ciascun gruppo di lavoro condividano una comprensione comune più precisa. Questa “comprensione comune dettagliata” può variare tra i gruppi di lavoro e costituisce già una parte della loro risposta collettiva..

- **5min: The Research Question is presented** to all participants. They are also reminded about the general context in which their photovoice results will fit into.
- **15 minuti:** ogni gruppo di lavoro riceve la stessa sfida di riformulare la domanda di ricerca in modo tale che tutte le parole siano sostituite ma la domanda riformulata mantenga il significato di quella originale. Alcune domande guida possono portare la loro attenzione su:
  - ▶ **Lingua:** Riuscite a capire ogni singola parola? Riuscite a trovare facilmente un sinonimo? In caso contrario, elencate le parole non chiare.
  - ▶ **Significati e interpretazioni:** Esistono parole con diverse interpretazioni? Quali, quali interpretazioni? Elencatele tutte!
  - ▶ **La domanda è costruita in modo tale da consentire risposte interessanti? È troppo ampia o troppo ristretta per voi?**

- Ora, riformulate la domanda di ricerca originale in modo tale che sia possibile una sola interpretazione, la vostra! (ad esempio, “Europa” può essere definita come “i Paesi dell’Unione Europea” o “il continente europeo”).

Il facilitatore controlla regolarmente ogni gruppo di lavoro e invita a scrivere la “domanda di ricerca riformulata” finale di ciascuno su una lavagna a fogli mobili condivisa dove è già scritta la domanda di ricerca originale.

## 1H, brainstorming individuale e collettivo

Nella restante ora, ogni gruppo di lavoro si concentra sull’elaborazione di una bozza di risposta individuale alla domanda di ricerca, immaginando modi per esprimere visivamente tali risposte e pianificando di conseguenza il lavoro sul campo (ad esempio, ricercando luoghi pertinenti per scattare le foto previste, ecc.).

Sottolineate il fatto che si tratta di prime bozze di risposta: probabilmente nelle prossime ore vi verranno in mente altri aspetti e idee, e questo è attivamente incoraggiato. Quindi, mentre si fanno i piani, assicuratevi di rimanere flessibili!

Il facilitatore dovrebbe spiegare che: (1) durante le fasi successive, la tempistica è più un suggerimento che un requisito, e ogni gruppo può seguire il proprio ritmo; (2) i partecipanti sono incoraggiati a usare Internet per ricercare qualsiasi cosa che possa aiutarli (ad esempio, controllare una mappa del quartiere per pianificare le immagini, ecc); (3) i partecipanti dovrebbero prendere appunti sulle loro risposte e sulle idee per le immagini per la successiva gita; (4) non ci sono risposte giuste o sbagliate!

- **15 minuti, riflessioni individuali e pensiero critico:** all’inizio i partecipanti riflettono sulle loro risposte personali alla domanda di ricerca senza discutere all’interno del gruppo. Viene chiesto loro di proporre almeno 3 risposte diverse, sapendo che le presenteranno ai loro compagni di gruppo (quindi dovrebbero prendere appunti, scarabocchiare, se necessario, ecc.).
- **20 minuti, scambi di gruppo:** i partecipanti di ciascun gruppo di lavoro condividono ora le proprie risposte. Ciascuno ha qualche minuto per fornire spiegazioni e i membri del gruppo sono invitati a porre domande che possano aiutare il relatore a fornire dettagli o a riflettere ulteriormente sulle proprie risposte.
- **20 minuti, brainstorming visivo di gruppo:** i partecipanti pensano insieme a come trasmettere le loro risposte personali attraverso le fotografie. Ogni partecipante pensa alle proprie immagini personali per il momento, ma tutti i partecipanti possono aiutarsi a vicenda a trovare idee e piani concreti.

Queste riflessioni dovrebbero portare a un “piano di lavoro sul campo” di base che elenca:

- Quali foto scattare (scene da organizzare, ambientazioni/edifici/paesaggi da trovare, ecc.)

- Dove e quando scattarle (vicino alla sede, in città, durante la sessione dedicata o più tardi per utilizzare un'ambientazione notturna, ...)
- Quali sono i dettagli a cui prestare attenzione (ad esempio, colori, numero di persone, modelli, angolazioni, illuminazione, ...).

I partecipanti sono invitati a tenere con sé gli appunti presi per annotare eventuali nuove idee e per avere a portata di mano i loro piani durante il lavoro sul campo.

---

### **Commenti:**

In un progetto di Photovoice a lungo termine, i partecipanti dovrebbero essere invitati a proporre tutte le risposte alla domanda di ricerca che riescono a immaginare. Avranno il tempo di riflettere su quali risposte ritengono più importanti per loro e quali possono portare alle foto migliori.



## Step 4 – Lavoro sul campo - Fotografie

### Obiettivi

I partecipanti hanno a disposizione tempo e un ambiente adatto per scattare foto che trasmettano i loro messaggi.

### Suggerimenti per la facilitazione – Cosa considerare

- **Tempo:** Quanto tempo possono dedicare i partecipanti a scattare foto? Quanti scatti devono avere come obiettivo o limite? Si possono organizzare più turni o uno solo?

*Se il contesto lo consente, è consigliabile pianificare più turni di lavoro sul campo. In questo modo, dopo ogni turno è possibile incontrarsi con il gruppo per un debriefing: i partecipanti possono scambiarsi i risultati ottenuti in precedenza, discutere su come migliorarli, scambiare nuove idee e, in generale, ispirarsi a vicenda prima di partire per un altro viaggio sul campo per scattare altre foto e/o migliori.*

*Questo permette ai partecipanti di sperimentare gli aspetti estetici e tecnici della fotografia e di acquisire fiducia nelle proprie capacità creative, favorendo risultati migliori a lungo termine.*

- **Luogo:** Dove scatteranno le foto i partecipanti? Nella sede, in un'altra area adattata, nel tempo libero, a casa?

- **Logistica e sicurezza:** Di quale supporto avranno bisogno i partecipanti? Hanno bisogno di un mezzo di trasporto? Qualcuno li accompagna?

*Le domande sono strettamente legate al profilo dei partecipanti, in particolare alla loro età e/o a esigenze particolari. Ad esempio, i minori dovranno essere accompagnati, mentre gli adulti potranno essere completamente liberi. Gli adulti con problemi di salute o handicap possono avere bisogno di un supporto a seconda della loro situazione*

- **Istruzioni:** È utile fornire una “lista di controllo del lavoro sul campo” con promemoria sulle istruzioni generali (ad es. numero di immagini, scadenza), sui requisiti tecnici (ad es. risoluzione, formato) e sui consigli di base per la fotografia (ad es. uso di simboli, composizione, colori).
- **Protezione dei dati e consenso dei media:** Si ricorda ai partecipanti che è necessario far firmare i moduli di consenso ai media da chiunque possa essere riconosciuto nelle fotografie, che altrimenti non saranno utilizzabili per motivi legali.

## Schema delle attività

### Tema: Lavoro sul campo

---

**Dimensioni del gruppo:** fino a 20 partecipanti

**Durata:** 2 ore

**Setting:** all'aperto

**Material:** proiettore, PPT "Step4\_Fieldwork.pptx" , Fogli di lavoro stampati "Step4\_Fieldwork\_Checklist.docx" , Moduli di consenso per la stampa ("Step2.2d\_IntroducingArts&Technics\_MediaReleaseForm.docx" ), Macchine fotografiche o smartphone

---

### Istruzioni passo dopo passo:

Riunite tutti i partecipanti per puntualizzare alcuni aspetti e dare istruzioni, prima che ognuno vada per la sua strada durante il lavoro sul campo:

#### Istruzioni:

- Stabilite un limite di tempo per il lavoro sul campo e, se necessario, un punto di incontro per concluderlo e passare alla fase successiva.
- Stabilite un numero massimo di foto per ogni partecipante. Naturalmente è possibile scattare più foto, ma i partecipanti devono selezionarle prima della fase successiva. Più immagini sono consentite, più tempo sarà necessario durante la fase successiva!
- Invitate i partecipanti a controllare gli appunti presi durante le loro riflessioni e ad ampliarli se durante il lavoro sul campo emergono nuove idee o dettagli.
- Ricordate ai partecipanti che per ora stanno scattando foto personali. Possono rimanere in gruppo o formare delle coppie per aiutarsi a vicenda e divertirsi insieme a girare per la città.

**Controllo qualità:** Ricordare ai partecipanti i requisiti tecnici di base da tenere presenti, in particolare la risoluzione delle immagini.

**Consenso ai media:** Assicurarsi che tutti i partecipanti siano consapevoli che devono ottenere un modulo di consenso ai media firmato da chiunque sia riconoscibile nelle loro foto.

Se vi interessa, chiedete ai partecipanti di inviarvi le loro foto via e-mail: la fase successiva sarà molto più facile se potrete stampare le loro foto in anticipo!

Distribuite una “Lista di controllo del lavoro sul campo” per aiutare i partecipanti a tenere a mente queste informazioni.

### Commenti:

Se il lavoro sul campo è organizzato all'aperto e i partecipanti non sono sorvegliati, fornite loro una mappa della città, per ogni evenienza!

## Step 5 – Processo di selezione

### Obiettivi

Facilitare un processo per trasformare molte risposte individuali in risposte collettivamente rilevanti.

Fasi e obiettivi specifici:

- **Selezione individuale e didascalia:** I partecipanti selezionano le proprie immagini, scelgono quelle più rilevanti e le annotano per spiegare il loro significato.
- **Condivisione delle selezioni individuali e delle storie personali:** Nei gruppi di lavoro i partecipanti si presentano e discutono le loro scelte finali. Questo aiuta a contestualizzare le immagini e a far emergere tendenze o temi tra le immagini.
- **Selezione finale collettiva:** I partecipanti affrontano un'intera serie di immagini-risposte individuali, le raggruppano utilizzando categorie di loro scelta, fanno una scelta finale e scrivono collettivamente didascalie più dettagliate.

### Suggerimenti per la facilitazione – Cosa considerare

- **Ruolo del facilitatore:** Anche se questo vale per tutte le fasi, il ruolo del facilitatore è ancora più importante per stimolare le discussioni di gruppo e, se possibile, si consiglia di avere un facilitatore per ogni gruppo di lavoro.

*Il processo di selezione è una parte vitale del metodo e molto spesso è la fase più vivace e coinvolgente per i partecipanti. È un'occasione importante per condividere il proprio lavoro e imparare gli uni dagli*

*altri.*

*A seconda del loro profilo, i partecipanti possono impegnarsi spontaneamente in discussioni approfondite. Molto spesso, però, anche con soggetti che non hanno bisogni speciali, i partecipanti si concentrano sulla presentazione dei loro quadri personali, ognuno a turno, senza esplorare il significato che essi hanno per gli altri partecipanti, le somiglianze e*

le differenze che si possono trovare, ecc. Il facilitatore è quindi una parte fondamentale del processo, per generare conversazioni più profonde e portare i partecipanti a concentrarsi sugli aspetti collettivi delle immagini presentate.

- **Parole chiave: Selezione - Contestualizzazione - Categorizzazione**

La sessione dedicata dovrebbe portare i partecipanti a seguire queste fasi.

- **Selezione:** Scegliere le fotografie che riflettono in modo più accurato le esigenze, le risorse o le risposte comuni del gruppo alla domanda di ricerca (ad esempio, diversi partecipanti possono riferirsi alla stessa immagine, diverse im-

magini esprimono lo stesso messaggio). È importante sottolineare che questo processo non consiste nell'accontentare tutti i partecipanti mantenendo, ad esempio, le foto di tutti i partecipanti.

- **Contestualizzazione:** Scrivere annotazioni, narrazioni che raccontano il significato delle foto, per evitare interpretazioni errate da parte dei futuri spettatori.
- **Codificare:** Identificare le questioni, i temi, le teorie che emergono dall'insieme delle foto, per garantire che emerga un messaggio collettivo e non solo una somma di tutte le risposte individuali.

## Schema delle attività

### Tema: processo di selezione

---

**Dimensioni del gruppo:** fino a 20 partecipanti

**Durata:** 2 ore

**Setting:** Sala organizzata in 4 spazi di lavoro con tavoli (4 gruppi di 5 partecipanti)

**Materiali:** proiettore, PPT "Step5a\_SelectionProcess.pptx", schede di lavoro stampate "Step5b\_SelectionProcess\_Worksheet", Stampa di foto ottenute dal lavoro sul campo, fogli A4, penne e pennarelli

---

### Istruzioni passo dopo passo:

Ogni gruppo di lavoro si riunisce un'altra volta per affrontare insieme l'ultima fase del processo di Photovoice.

Questa fase li guida attraverso la selezione, partendo dalle numerose foto individuali per arrivare a un numero ridotto che esprima la risposta collettiva del gruppo alla domanda di ricerca.

Consegnate ai gruppi, prima di iniziare, i fogli di lavoro del processo di selezione con tutte

le istruzioni: dato che i gruppi si troveranno ad affrontare diverse fasi consecutive, questo li aiuterà a progredire al proprio ritmo

### **10 minuti: selezione individuale e didascalia**

Il processo inizia con riflessioni individuali, per consentire ai partecipanti di prepararsi a presentare le 2 immagini scelte al proprio gruppo di lavoro.

Individualmente, i partecipanti guardano le 2 immagini selezionate e scrivono parole chiave per spiegarne il significato. Possono rispondere a:

- Cosa vediamo nell'immagine?
- Che cosa rappresenta? Che cosa volete dire?
- Come risponde alla domanda di ricerca?
- Volete cambiare qualcosa? Se sì, cosa e come?

### **30 minuti: condivisione di selezioni individuali**

I partecipanti presentano le loro immagini preferite al gruppo, spiegano e discutono.

- I partecipanti presentano le loro 2 immagini una dopo l'altra, usando le parole chiave per raccontare la storia, il significato, il contesto, il modo in cui le hanno pensate, la relazione con la loro vita, ecc.;
- Gli altri partecipanti sono invitati a fare domande, a condividere le loro reazioni e a dire se si relazionano o meno con queste immagini;
- Tutti i partecipanti possono ora aggiungere le proprie parole chiave all'elenco delle parole chiave per ogni immagine, se tutti sono d'accordo con loro;
- Ogni partecipante ha circa 5-10 minuti per presentare la propria selezione e discuterla.

Alla fine, ogni gruppo di lavoro dovrebbe avere un massimo di 10 immagini con bozze di annotazioni (cioè le parole chiave), che a questo punto continuano a riflettere risposte e preferenze personali.

### **20 minuti: categorizzazione delle immagini**

I partecipanti fanno spazio sul tavolo e iniziano a organizzare le immagini, discutendo il

posto di ciascuna come segue:

- Il partecipante 1 colloca la prima immagine in un punto qualsiasi del tavolo, lasciando spazio sufficiente per le successive;
- A turno, gli altri partecipanti aggiungono una dopo l'altra le immagini rimanenti e il gruppo discute brevemente sulla collocazione delle immagini, considerando i seguenti aspetti:
  - ▶ Le immagini sono simili o molto diverse?
  - ▶ Condividono parole chiave simili?
  - ▶ Raccontano storie simili o uniche?

### **20 minuti: una selezione finale e collettiva**

Ogni gruppo sceglie una rosa finale di 3 immagini tra quelle che ha già selezionato.

Le foto devono essere quelle che hanno risonanza maggiore nel gruppo: sono tutti d'accordo su alcuni messaggi fotografici dell'intero set? Alcuni hanno senso per la maggior parte di loro, nonostante i loro diversi background?

I partecipanti dovrebbero dedicare un po' di tempo alla discussione di queste domande: questa fase è fondamentale per trasformare i diversi punti di vista individuali in una risposta collettiva!

Alcuni suggerimenti:

- I gruppi possono ragionare per cluster: scelta 1 immagine per cluster/gruppo/categoria, in ognuno di questi raggruppamenti, a quale immagine si può riferire tutto/la maggior parte del gruppo?
- Se ci sono troppi cluster, i gruppi possono concentrarsi su quelli più grandi.
- Se ci sono pochi cluster, i gruppi possono scegliere 2 immagini tra quelle più grandi.

### **40 minuti: contestualizzazione - scrivere la storia delle immagini**

A questo punto ogni gruppo di lavoro dovrebbe disporre di 3 immagini di Photovoice, ciascuna già accompagnata da parole chiave.

L'obiettivo è ora quello di far sì che queste parole chiave abbiano un senso scrivendo frasi complete che colleghino le parole chiave per rivelare il significato delle immagini! I par-

tecipanti dovrebbero arrivare a questo punto insieme come gruppo (invece che individualmente) per assicurarsi che le storie risultanti abbiano senso per tutti loro.

Suggerimento. Un buon punto di partenza è iniziare con: "In questa immagine si può vedere...".

Dopo aver completato questo processo, raccogliete la selezione di immagini e i racconti di accompagnamento di ciascun gruppo di lavoro. A questo punto è possibile:

- Invitare ogni gruppo a presentare direttamente il proprio lavoro agli altri, se il tempo lo consente.
- Conservare questi scambi per una futura mostra di Photovoice da pianificare con i partecipanti: ogni gruppo di lavoro avrà messaggi specifici da comunicare agli ospiti esterni. E questa mostra si trasformerà in un'opportunità per i partecipanti di confrontare i loro risultati sul posto!

---

### Commenti:

- **Numero di immagini:** questi schemi limitano le immagini a 2 per partecipante all'inizio del processo di selezione e a 3 per gruppo di lavoro alla fine, per rientrare in un arco di tempo limitato. Se potete permettervi di dedicare più tempo a questa fase, l'inclusione di più immagini può portare a discussioni e risultati più ricchi!
- **Messaggio > Estetica:** se le discussioni si concentrano solo sugli aspetti estetici e tecnici delle fotografie, il facilitatore deve intervenire per ricordare ai partecipanti che nell'ambito di Photovoice la priorità è data al messaggio espresso dalle immagini, e non alla loro bellezza.
- **Alternativa digitale:** se il processo di selezione viene organizzato subito dopo il lavoro sul campo, potreste non avere il tempo di stampare le foto di tutti i partecipanti. Una soluzione alternativa potrebbe essere quella di fornire a ogni gruppo di lavoro un computer portatile, chiedere ai partecipanti di caricare le loro foto in modo che tutti possano guardarle comodamente e aprire un file PPT vuoto per organizzare in categorie le immagini (ad esempio, è più facile spostare le immagini su una diapositiva vuota e raggrupparle o tenerle separate).
- **Vantaggi:** l'approccio suggerito è più rispettoso dell'ambiente della stampa di tutte le immagini e consente di risparmiare tempo, in quanto i partecipanti possono scrivere le loro annotazioni, senza dover perdere tempo a decifrare la calligrafia altrui in seguito!

- **Ruolo del facilitatore:** come già accennato, i gruppi di lavoro si concentreranno molto spesso su aspetti individuali delle loro immagini e avranno bisogno dell'aiuto di un facilitatore per passare a un'attenzione più collettiva. L'ideale è garantire un facilitatore dedicato per ogni gruppo di lavoro, altrimenti assicuratevi di visitare tutti i gruppi durante le prime fasi delle discussioni per generare scambi più profondi attraverso semplici domande come:
  - ▶ Perché hai scelto questa foto?
  - ▶ Cosa volete dire? Come risponde questa foto alla domanda di ricerca?
  - ▶ Cosa pensano gli altri partecipanti? Sono d'accordo con il messaggio? Perché?
  - ▶ Volete cambiare qualcosa al riguardo? Se sì, cosa e come?
- **Photovoice nella ricerca accademica - osservazioni specifiche:** i metodi di analisi della ricerca nelle scienze sociali forniscono un ulteriore livello di comprensione e, se si utilizza Photovoice nel contesto della ricerca accademica, prevedono anche diversi passaggi in più.

La rigorosa metodologia di analisi richiesta in ambito accademico implica la necessità di:

- ▶ Registrare e trascrivere le discussioni di gruppo durante il processo di selezione per una successiva analisi;
- ▶ Analizzare i risultati visivi da soli, se pertinenti, in base alla vostra specializzazione (comunicazione, psicologia, ecc.);

Il tipo di analisi deve essere adatto allo scopo del progetto di ricerca:

- ▶ L'analisi qualitativa del contenuto sarà probabilmente la più appropriata nelle scienze sociali e per la natura dei risultati;
- ▶ Nella letteratura accademica in lingua inglese, una metodologia pertinente e ben spiegata è descritta da Jehangir et al. (2020), che applicano una "aggregazione categoriale" ai risultati di Photovoice coinvolgendo i partecipanti stessi;
- ▶ Riflettete sempre in modo critico sui limiti dei risultati (ad esempio, campione ridotto, ricambio dei partecipanti);
- ▶ Discutete i vostri risultati rispetto alle conoscenze teoriche e alle ricerche attuali applicate allo stesso argomento/alla stessa domanda di ricerca utilizzando altri metodi (ad esempio, quantitativi).

## Step 6 – Divulgazione / Mostra fotografica

### Obiettivi

I partecipanti raggiungono le parti interessate e le informano dei loro risultati per influenzare il processo decisionale e politico verso un cambiamento sociale positivo.

### Suggerimenti per la facilitazione - Cosa considerare

- **Ospiti:** Chi sono gli intermediari del potere che è necessario invitare per realizzare il cambiamento?

*Chi invitare dipende dall'argomento su cui ci si è concentrati: chi può influenzare il risultato in questo settore?*

*Le categorie principali riguardano:*

- ▶ *La comunità più ampia a cui appartengono i partecipanti, per imparare a conoscerla e stimolare un'ulteriore azione collettiva;*
- ▶ *I responsabili politici che elaborano le politiche che hanno un impatto sui partecipanti in relazione all'argomento: potete quindi rivolgervi a ruoli specifici (ad esempio, il relatore di un progetto di legge pertinente) o a un'istituzione politica in generale;*
- ▶ *La comunità accademica per informare la ricerca attuale e futura;*
- ▶ *I membri di diversi media per ottenere un impatto più ampio;*
- ▶ *Il pubblico in generale, se si tratta di sensibilizzare su una specifica questione sociale;*
- ▶ *Gli operatori di uno specifico settore professionale.*



- **Come possono essere coinvolti** nei vostri risultati per innescare il necessario processo di cambiamento?
- **Di quali informazioni** avranno bisogno per farlo? Quali sono i modi migliori per condividere queste informazioni con un pubblico specifico?

- **In che modo** i partecipanti possono contribuire a raggiungere i power-broker?

*L'organizzazione di una mostra fotografica con gli elaborati dei partecipanti è un modo tipico per raggiungere il pubblico di riferimento, e può prevedere che i partecipanti facciano da "padroni di casa" presentando le loro foto agli ospiti.*

*Tuttavia, esistono molti modi alternativi per raggiungere la diffusione! A seconda dello scopo generale, possono essere presi in considerazione:*

- ▶ *Contatto diretto di persona: incontro dei partecipanti con un decisore politico chiave;*
- ▶ *Comunicazione aperta, come ad esempio una campagna di advocacy sui social media.*
- ▶ *Stesura di un "Policy Paper" per soddisfare le abitudini formali dei responsabili politici, sfruttando al massimo i risultati visivi per attirare efficacemente la loro attenzione.*



# ELENCO DEI MATERIALI DISPONIBILI

Il capitolo 4 comprende schemi di attività accompagnati da materiale pronto per l'uso, fornito in inglese, ogni pezzo nel suo formato originale .pptx o .doc per facilitarne la traduzione e la modifica in base alle esigenze del lettore.

Tutto il materiale scaricabile è segnalato dal simbolo, e il pacchetto completo è disponibile al seguente URL: [https://yes-forum.eu/fileadmin/user\\_upload/docs/Projects/2021/VOICE/VOICE.PhotovoiceTrainingResourcesPack\\_ED.2022-06-29\\_.rar](https://yes-forum.eu/fileadmin/user_upload/docs/Projects/2021/VOICE/VOICE.PhotovoiceTrainingResourcesPack_ED.2022-06-29_.rar)

Per aiutarvi a orientarvi tra questi diversi pezzi, ecco una panoramica di tutto il materiale disponibile:

|  |   |
|--|---|
| Step 2.1 – Preparare i partecipanti - Introdurre il metodo Photovoice  | <b>PT Instructions:</b><br>Step2.1_IntroducingPhotovoice.pptx   |
| Step 2.2 – Preparare i partecipanti - Familiarizzare con la fotografia | <b>PPT Instructions:</b><br>Step2.2a_IntroducingArts&Technics.pptx<br><b>Set of Copyright Free Pictures:</b><br>Step2.2b_IntroducingArts&Technics_PicsSelection.zip<br><b>Photo Challenges Worksheet:</b><br>Step2.2c_IntroducingArts&Technics_PhotoChallenges.docx<br><b>Media Consent Form Template:</b><br>Step2.2d_IntroducingArts&Technics_MediaReleaseForm.docx |

|  |  |
|--|--|
| Step 3.1 – Domanda di ricerca: sviluppo        | <p><b>PPT Instructions:</b><br/>Step3.1_ResearchQuestionDevelopment.pptx</p>   |
| Step 3.2 – Domanda di ricerca: discussione     | <p><b>PPT Instructions:</b><br/>Step3.2_ResearchQuestionDiscussion.pptx</p>  |
| Step 4 – Lavoro sul campo: scattare fotografie | <p><b>PPT Instructions:</b><br/>Step4_Fieldwork.pptx</p> <p><b>Fieldwork Worksheet:</b><br/>Step4_Fieldwork_Checklist.docx</p>                         |
| Step 5 – Processo di selezione                 | <p><b>PPT Instructions:</b><br/>Step5a_SelectionProcess.pptx</p> <p><b>Selection Process Worksheet:</b><br/>Step5b_SelectionProcess_Worksheet.docx</p> |



# ELENCO DI TEMI, ARGOMENTI ED ESEMPI DI DOMANDE DI RICERCA RILEVANTI

Il seguente elenco è il risultato di sessioni di brainstorming tenute con partecipanti internazionali per identificare aree di interesse comune tra i giovani in contesti nazionali e locali diversi.

Sono esempi di temi e argomenti più precisi che possono ispirare altri gruppi, insieme a esempi di domande di ricerca.

Nota bene: questo elenco serve come punto di partenza e non è inteso come un insieme definitivo e completo di domande di ricerca. È stato compilato dopo aver condotto una sessione di brainstorming di 90 minuti con diversi gruppi e viene offerto come esempio di prodotto di lavoro collettivo dopo un'attività di brainstorming di gruppo. L'elenco può anche mostrare come i partecipanti possano essere coinvolti nella formulazione delle proprie domande di ricerca nell'ambito di un progetto di Photovoice.

## STILE DI VITA

### Intrattenimento

**Sport, teatro, musica, calcio, arte, viaggi, gioco, droghe e alcol, feste, eventi**

Che cosa pensate delle dipendenze?

Quali sono le vostre aspettative riguardo all'equilibrio tra lavoro e vita privata?

## Amici e relazioni

**Amore, sesso, appartenenza a un gruppo, identità, connessione, social media**

Quanto spesso avete bisogno di incontrare i vostri amici e familiari?

Cosa potete imparare dallo stile di vita degli altri?

In che modo i vostri figli influenzano il vostro stile di vita?

Come riuscite a trovare un buon equilibrio tra lavoro e vita privata?

Come vivete la solitudine all'interno di voi stessi e del vostro ambiente?

## Bisogni materiali

**Moda, soldi, tecnologia, stili di vita sostenibili, sicurezza, per essere cool**

Di cosa avete bisogno per essere felici?

Cosa vi piace e cosa non vi piace del vostro lavoro?

Cosa vi fa sentire male o bene nel mercato del lavoro?

Cosa vi fa sentire autonomi?

---

## FUTURO

### Questioni sociali

**Pace, cambiamento climatico, mancanza di inclusione, emancipazione femminile, estremismo, razzismo e fascismo, occupazione, diritti umani, diritti civili**

Cosa potete fare a livello personale per migliorare l'inclusione?

## Sviluppo personale

**Felicità, consapevolezza, indipendenza, pensare e pianificare il futuro, non sapere cosa voglio, impatto della droga, trovare uno scopo**

In che modo l'università può migliorare le vostre finanze e la vostra consapevolezza?

In che modo la vostra salute dipende dalla vostra felicità?

Cosa fate per la vostra salute mentale?

In che modo uno psicologo può aiutare la vostra salute mentale?

## Fattori favorevoli e ostacoli

**Connessione wifi, salute, finanze, politica, stabilità, università, cultura, carriera, prospettive di lavoro future, disoccupazione, mancanza di reddito**

In che modo pensate che la politica possa portare all'indipendenza?

I social media influenzano la vostra stabilità psicologica?

---

## BENESSERE

### Giustizia sociale

**Uguaglianza, LGBTQIA+, rispetto, riduzione degli stereotipi e dei pregiudizi culturali, rifugiati, integrazione sociale, uguaglianza di genere, diritti delle donne, diritto all'aborto, Covid-19.**

Cosa siete disposti a fare per cambiare la nostra società?

In che misura vi sentite colpiti dal riscaldamento globale?

Cosa pensate si possa fare per creare una società più inclusiva?

Come è cambiata la vostra vita durante la pandemia di Covid-19?

Quale sostegno vorreste aver ricevuto per affrontare la pandemia di Covid-19?

## Sviluppo personale

**Essere all'altezza delle aspettative sociali, prestazioni e pressioni sociali, adattamento, amici, famiglia, salute mentale, salute, motivazione, solitudine**

In che modo la vostra salute mentale è influenzata dai social media?

Come vi inserite nella vostra società?

Come potete migliorare la vostra salute mentale?

Che cosa influisce sulle decisioni che prendete nella vostra vita?

Quanto è importante la famiglia per il vostro benessere?

Come ha influito il Covid-19 sui giovani?

Che cosa significa per voi la salute mentale?

Come vi prendete cura della vostra salute mentale?

Quali sono le barriere che vi impediscono di ricevere servizi sanitari?

Cosa potrebbe motivarvi a condurre uno stile di vita sano?

Come vi sentite nella vostra pelle e nel vostro corpo?

Quando, dove e con chi vi sentite inclusi o esclusi? Sicuri o insicuri?

## Politica

**Processo decisionale, cittadinanza, democrazia, globalizzazione, Unione Europea, essere ascoltato dal mio governo, attivismo ambientale, guerra ucraina, rappresentanza, partecipazione politica giovanile**

Che cosa significa per voi la coesistenza pacifica in una società diversificata?

Come vi sentite dopo aver votato alle elezioni?

Cosa deve fare il governo per guadagnarsi la vostra fiducia?

In che modo l'UE può giovare a voi e alla vostra comunità?

## Bisogni materiali

**Lavoro, inflazione, lavoro, cibo, nutrizione, crisi abitativa, città, ambiente, mondo digitale, problemi monetari e povertà moderna**

Che effetto ha l'inflazione sui giovani se continua?

In che modo un'alimentazione più sana può migliorare la vostra vita?

Di cosa avete bisogno per prendere la decisione giusta per voi nel mercato del lavoro?

---

## EDUCAZIONE CRITICA

### Questioni sociali da discutere

**Uguaglianza, riscaldamento globale, natura selvaggia, uguaglianza di genere, lavoro, senzatetto, discriminazione LGBT+, guerra, disuguaglianze, classi sociali, sessismo, emancipazione femminile, cambiamento climatico**

Che cosa significa per voi discriminazione?

Come pensate che sarebbe un mondo senza discriminazione?

### Attenzione ai diritti umani e all'uguaglianza di genere

**Aborto, femminismo, gravidanza adolescenziale, disuguaglianza di genere, diversità di genere, inclusione dei migranti, inclusione delle persone disabili**

In che misura ritiene che i medici abbiano il diritto di rifiutarsi di praticare l'aborto?

In che misura ritiene che le città europee siano inclusive della diversità di genere?

Quale percezione pensate che abbiano gli autoctoni dei migranti nell'UE?

## Ostacoli

**Aspettative culturali, stress, paure, perdite, bullismo, abusi, violenza, pressioni, teorie del complotto, conflitti ideologici, sistema scolastico chiuso, abbandono, lacune nell'apprendimento, segregazione scolastica**

Secondo lei, in che modo il bullismo influisce sull'esperienza LGBTIQ+ degli studenti delle scuole superiori?

Cosa può fare l'insegnante contro il bullismo?

## Abilitatori

**Insegnanti, orientamento, educazione sessuale a scuola, accesso e qualità dell'istruzione, università**

Che cosa significa per te l'istruzione?

Cosa ti ha spinto a studiare?

In che modo la segregazione scolastica è un problema nella tua comunità?

Come pensi che la pratica di un insegnante possa migliorare l'uguaglianza di genere nelle classi?

Cosa pensi che la scuola possa fare per te per raggiungere il lavoro dei tuoi sogni?

In che misura, come studente, percepisci l'influenza della scuola nella tua vita?

# ESEMPI DI RISULTATI DI PHOTOVOICE

Nell'ambito del progetto VOICE, nei mesi di maggio e luglio 2022 giovani studenti e operatori sociali provenienti da Austria, Bulgaria, Germania, Italia e Paesi Bassi sono stati formati per diventare essi stessi facilitatori di Photovoice.

Hanno studiato gli aspetti teorici alla base del metodo Photovoice e, come parte di un'esperienza di apprendimento pratica, hanno anche vissuto il proprio processo di Photovoice come partecipanti.

Potete consultare la nostra mostra online completa su [voice.yes-forum.eu](http://voice.yes-forum.eu). Oltre a rappresentare il contributo dei partecipanti a VOICE all'anno europeo della gioventù, questi risultati dimostrano anche l'efficacia del metodo nel facilitare l'espressione personale e collettiva e il tipo di risultati autentici e d'impatto a cui può portare.

Di seguito sono riportati alcuni estratti di questi risultati:



**“Come immagini la tua utopia europea tra 20 anni?”**

**22-25 Maggio 2022, Viareggio, Italia**



**“Come descriveresti la vita di un giovane residente in Europa a un alieno?”**

**4-6 Luglio 2022, Vienna, Austria**





# BIBLIOGRAFIA

## Articoli accademici

- Baum F., MacDougall, C. & Smith, D. (2006). Participatory action research. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 60: 854–857. doi: 10.1136/jech.2004.028662
- Burris M. & Wang C. (1997). Photovoice: Concept, Methodology, and Use for Participatory Needs Assessment. *Health Education & Behavior*.
- Bromfield N. & Capous-Desyllas M. (2017). Photovoice as a Pedagogical Tool: Exploring Personal and Professional Values with Female Muslim Social Work Students in an Intercultural Classroom Setting. *Journal of Teaching in Social Work*.
- Capous-Desyllas M. & Bromfield N. (2018). Using an Arts-Informed Eclectic Approach to Photovoice Data Analysis. *International Journal of Qualitative Methods*.
- Catalani C. & Minkler M. (2010). Photovoice: A review of the literature in health and public health. *Health Education & Behavior*.
- Chio, V. & Fandt, P. (2007). Photovoice in the diversity classroom: Engagement, voice, and the “eye/I” of the camera.”. *Journal of Management Education*, 31(4), 484–504. doi:10.1177/1052562906288124
- Desyllas M. C. (2014). Using photovoice with sex workers: The power of art, agency and resistance. *Qualitative Social Work*.
- Dyches, T., Cichella, E., Olsen, S., & Mandelco, B. (2004). Snapshots of life: Perspectives of school-aged individuals with developmental disabilities. *Research & Practice for Persons with Severe Disabilities*, 29(3), 172–182. doi:10.2511/rpsd.29.3.172
- Eichhorn C. & Nagel E. (2009). Fotodokumentation: Partizipatives Analyse- und Evaluationsinstrument für Gesundheitsförderung im Setting. *Prävention und Gesundheitsförderung*.
- Fine, G.A. & Sandstrom, K. (1998). *Knowing Children: Participant Observation with Minors*. London: SAGE.
- Finley, S. (2011). “Critical Arts-Based Inquiry: The Pedagogy and Performance of a Radical Ethical Aesthetic”. In Norman K Denzin & Yvonna S Lincoln (Eds). *The Sage Handbook of Qualitative Research 4th Edition* (pp. 435–450). Sage Publications.
- Fleming J, Goodman C & Skinner A (2009) Experiences of peer evaluation of the Leicester Teenage Pregnancy Prevention Strategy. *Children and Society* 23(4): 279–290.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the Oppressed*. New York: Seabury.
- Freire, P. (1973). *Education for critical consciousness*. New York: Continuum.
- Glover-Graf, N. M. (2000). Student-produced photography: A constructivist approach to teaching psychosocial aspects of disability. *Rehabilitation Education*, 14(3), 285–296.
- Goo-Kuratani D. L. & Lai E. (2011). Photovoice literature review.
- Hubbard, J. (1994). *Shooting back: A photographic view of life by Native Americans*. New York, NY: The New York Press.

- Jehangir R. & Telles A. & Deenanath V. (2019). Using Photovoice to Bring Career into a New Focus for First-Generation College Students. *Journal of Career Development*
- Killion, C., & Wang, C. (2000). Linking African American mothers across life stages and station through photovoice. *Journal of Health Care for the Poor and Underserved*, 11(3), 310–325. doi:10.1353/hpu.2010.0816
- Knowles, J. G., & Cole, A. L. (2008). Arts-informed research. In Knowles, J. G., & Cole, A. L. *Handbook of the arts in qualitative research: Perspectives, methodologies, examples, and issues* (pp. 55–71). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications Ltd. doi: 10.4135/9781452226545.
- Liebenberg L. (2018). Thinking Critically About Photovoice: Achieving Empowerment and Social Change. *International Journal of Qualitative Methods*.
- Lorenz L. S.(2010). A photovoice path. *Journal of Visualized Experiments*.
- Lushey C. & Munro E. (2014). Participatory peer research methodology: An effective method for obtaining young people’s perspectives on transitions from care to adulthood? *Qualitative Social Work*
- Mayfield-Johnson S. & Rachal J. R. & Butler J. (2014). When we learn better, we do better: Describing changes in empowerment through photovoice among community health advisors in a breast and cervical cancer health promotion program in Mississippi and Alabama. *Adult Education Quarterly*.
- Mitchell, C., & Allnutt, S. (2008). Visual art: Photographs and/as social documentary. In G. Knowles & A. Cole (Eds.), *Handbook of the arts in qualitative research* (pp. 251–263). Los Angeles, CA: Sage.
- Morrell, J. (2007). *Voices from the street: Truths about homelessness from Sisters of the Road*. Portland, OR: Gray Sunshine.
- Murray C (2006) Peer led focus groups and young people. *Children and Society* 20(4): 273–286.
- Rhodes, S., Hergenrather, K., Wilkin, A., & Jolly, A. (2007). Visions and voices: Indigent persons living with HIV in the southern United States use photovoice to create knowledge, develop partnerships, and take action. *Health Promotions Practice*, 1–11.
- Seitz C. & Strack R. & Rice R. & Moore E. & Duvall T. & Wyrick D. (2012). Using the photovoice method to advocate for change to a campus smoking policy. *Journal of American College Health*.
- Schwartz, R. M. (1994). *The Skilled Facilitator: Practical Wisdom for Developing Effective Groups*. San Francisco, Jossey-Bass.
- Strack R. W. & Magill C. & McDonagh K. (2004). Engaging youth through photovoice. *Health Promotion Practice*.
- Streng, J., Rhodes, S., Ayala, G., Eng, E., Arceo, R., & Phipps, S. (2004). Realidad Latina: Latino adolescents, their school, and a university use photovoice to examine and address the influence of immigration. *Journal of Interprofessional Care*, 18(4), 403–415. doi:10.1080/13561820400011701

Valiquette-Tessier S. C. & Vandette M. P. & Gosselin J. (2015). In her own eyes: Photovoice as an innovative methodology to reach disadvantaged single mothers. *Canadian Journal of Community Mental Health*.

Wang, C., & Pies, C. (2004). Family, maternal, and child health through photovoice. *Maternal and Child Health Journal*, 8(2), 95–102. doi:10.1023/B:MA-CI.0000025732.32293.4f

White R. & Sasser D. & Bogren R. & Morgan J. (2009). Photos can inspire a thousand words: Photolanguage as a qualitative evaluation method. *Journal of Extension*

### **Altre risorse su Photovoice**

PhotoVoice, 2019, The Photovoice Manual, <https://photovoice.org>

Rutgers International, 2016, PhotoVoice Facilitator's Guide, <https://rutgers.international>

YES Forum, How to Photovoice: Explaining the Photovoice Method as used in the Europe3E project, <https://www.yes-forum.eu/our-work/projects>

YES Forum, "VOICE - Participation & Empowerment in Youth Work" Project Website, <https://voice.yes-forum.eu>

### **Quadro giuridico e politiche dell'UE**

European Commission, 29/04/2021, Erasmus+ and European Solidarity Corps Inclusion and Diversity Strategy, <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/document/implementation-guidelines-erasmus-and-european-solidarity-corps-inclusion-and-diversity-strategy>

European Commission, 7/12/2016, Communication "Investing In Europe's Youth", <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2016:940:FIN>

Council of the European Union, 18/12/2018, Resolution "The European Union Youth Strategy 2019-2027", <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A42018Y1218%2801%29>

# PROGETTO & PARTNER



## **YES Forum, EU**

yes-forum.eu

Contatto: Annett Wiedermann,  
annett.wiedermann@yes-forum.eu



## **ÖJAB, Austria**

oejab.at

Contatto: Sebastian Frank,  
sebastian.frank@bpi.ac.at



## **Framework Filmagentur, Germany**

framework-film.de

Contatto: Robin Höft,  
robin@framework-film.de



## **SolidarityWorks, Bulgaria**

solidarityworks.eu

Contatto: Maggie Nazer,  
maggie@solidarityworks.eu



## **Semperia Films, Bulgaria**

semperiafilms.com

Contatto: Katerina Borisova,  
katerina@semperiafilms.com



## **Jongerenwerk Barkema & De Haan, Netherlands**

jongerenwerk.com

Contatto: Gwen Birza,  
gwen@jongerenwerk.com



## **Frissekom, Netherlands**

frissekom.nl

Contatto: Jeroen Van der Meulen,  
jeroen@frissekom.nl



## **Zefiro Società Cooperativa Sociale, Italy**

cooperativazefiro.it

Contatto: Mirco Trielli,  
mirco.trielli@gmail.com



## **BOGUS Lab, Italy**

boguslab.com

Contatto: Michele Bellana,  
michele.bellana@boguslab.com



### **Dichiarazione di responsabilità**

VOICE - Participation & Empowerment in Youth Work (Grant Agreement No. 2020-1-DE04-KA227-YOU-020846) è un partenariato strategico per la creatività finanziato dal programma Erasmus+ e coordinato dallo YES Forum. Per maggiori informazioni o per controllare gli altri Intellectual Outputs, visitate il sito web del progetto ([voice.yes-forum.eu](http://voice.yes-forum.eu)) o contattateci direttamente.

I contenuti di questo documento sono di esclusiva responsabilità dei partner del progetto e non possono in alcun modo riflettere le opinioni dell'Unione Europea. Le immagini utilizzate sono state realizzate dal Forum YES e sono quindi di proprietà dei partner del progetto. È vietato l'uso da parte di terzi. Testo scritto dai partner del progetto.

Gennaio 2023



Questo lavoro è concesso in licenza Creative Commons 4.0 „Attribuzione – Non Commerciale – Condividi allo Stesso Modo“.



Co-funded by the  
European Union

