

# UN' I.D.E.A. DI CENTRO CULTURALE

BASE MILANO

- 0. GLOSSARIO  
Glossary
  
- 1. UN' I.D.E.A. DI CENTRO CULTURALE  
An I.D.E.A of Cultural Centre
  - 1.1 PREMESSA  
Introduction
  
  - 1.2 PRINCIPI  
Principles
  
- 2. LINEE GUIDA PER UN CENTRO CULTURALE ACCESSIBILE  
Guidelines for an accessible cultural centre
  - 2.1 FARE SPAZIO  
Making space
  
  - 2.2 SENTIRSI A CASA  
Feeling at home
  
  - 2.3 IL LAVORO GIUSTO  
The right work
  
  - 2.4 PARLARE CON UNA PERSONA IN PIÙ  
Talking with one more person
  
  - 2.5 PIACERE DI CONOSCERCI  
Nice to meet us

“Un’ I.D.E.A.<sup>1</sup> di centro culturale” è frutto di un invito, da parte di BASE Milano ad un gruppo di persone e realtà che si occupano di accessibilità a vario titolo e che appartengono a comunità sottorappresentate all’interno del settore culturale.

Da questo invito nasce un tavolo di lavoro condiviso con:  
**Marina Cuollo, Chiara Bersani e Elia Covolan - Al.Di.Qua. Artists, Fabio Fornasari - Unione Ciechi di Bologna, Valeria La Corte - Associazione Fedora, Adama Sanneh - Moleskine Foundation, Gabe Silvan Nero - Fondazione Diversity, Francesco Ferreri - Espresso, Gaja Ikeagwana - Milano Mediterranea, Fabio di Girolamo e Licia Ciocca - Fondazione BPM, Ass. Francesca Gisotti - Municipio 6, Ass. Gaia Romani - Assessora ai Servizi Civici e Generali e alla Partecipazione - Comune di Milano. Zoe Romano ha coordinato le attività.**

**BASE Milano è un centro culturale ibrido che nasce dalla rigenerazione degli spazi industriali Ansaldo nel quartiere Tortona, un luogo dedicato alla produzione e co-produzione di iniziative culturali con valore sociale, e alla sperimentazione di nuovi linguaggi artistici.**

“An I.D.E.A.<sup>1</sup> of Cultural Centre” is the result of an invitation by BASE, which led to the creation of a multistakeholder working group including of individuals and entities involved in accessibility in various capacities, and members of underrepresented communities within the cultural sector such as:

**Marina Cuollo, Chiara Bersani, and Elia Covolan - Al.Di.Qua. Artists, Fabio Fornasari - Unione Ciechi di Bologna, Valeria La Corte - Fedora Association, Adama Sanneh - Moleskine Foundation, Gabe Silvan Nero - Diversity Foundation, Francesco Ferreri - Espresso, Gaja Ikeagwana - Milano Mediterranea, Fabio di Girolamo and Licia Ciocca - BPM Foundation, Francesca Gisotti - Municipality 6 Association, Gaia Romani - Councilor for Civil and General Services and Participation - Municipality of Milan. Zoe Romano coordinated the activities.**

**BASE Milano is a hybrid cultural centre based in the regenerated formal industrial spaces of Ansaldo in the Tortona district, a place dedicated to the production and co-production of cultural initiatives with social purpose, and to the experimentation of new artistic languages.**

<sup>1</sup> I.D.E.A. – Inclusion, Diversità, Equità, Accessibilità. Da: BAKER Jocelyn and VASSEUR Liette “Inclusion, Diversity, Equity & Accessibility (IDEA) Good Practices for Researchers”, Canadian Commission for UNESCO, Ottawa, Canada, September 2021.

# 1. UN'I.D.E.A. DI CENTRO CULTURALE

## 1.1 PREMESSA

Il Manifesto nasce dall'urgenza e dalla volontà di esplorare nuove idee e nuovi approcci per costruire un'**istituzione artistica** che sia realmente **plurale e accessibile**. Un'istituzione culturale che faccia da cassa di risonanza di voci e energie ai margini della vita pubblica, creando spazi di espressione e auto-narrazione attorno a cui costruire una comunità in grado di produrre trasformazioni sociali.

L'obiettivo è forzare il perimetro di ciò che sta dentro alla parola "cultura", a partire da **chi ha accesso** alle professioni culturali e quindi alla definizione del settore, imparando a riconoscere il nostro **posizionamento** e le nostre barriere come organizzazioni, riformulando i nostri obiettivi e indicatori, ripensandoci come agenti culturali plurali nella struttura, nello staff, nella visione, nei contenuti, nelle collaborazioni, nell'offerta al pubblico.

## 1.2 PRINCIPI

Accessibilità culturale per noi significa molte cose. Usiamo questa espressione per indicare l'impegno a garantire il diritto di **accesso, partecipazione e coinvolgimento** delle persone alla vita culturale, attraverso un approccio che sappia tenere conto delle differenti istanze e delle caratteristiche fisiche, motorie, sensoriali, comunicative, relazionali, intellettive, psichiche di tutte le persone.

L'accessibilità, inoltre, è un **processo di apprendimento continuo**, una negoziazione tra esigenze e desideri nuovi e in trasformazione di gruppi e comunità, che tende, ma non può portare ad una accessibilità integrale per tutte le persone.

Il Manifesto, infatti è calato nel contesto specifico di un centro culturale milanese di nuova generazione e per questo parziale e **in evoluzione**, e dovrà necessariamente integrarsi nel tempo attraverso apporti plurali e intrecciandosi con altre iniziative nazionali e internazionali, come è già successo con il Protocollo d'Intesa della rete italiana Europe Beyond Access, promossa da Festival Oriente Occidente in collaborazione con il British Council.

Ciò che è importante in questo processo di trasformazione è tenere a mente alcuni principi guida che hanno orientato tutto il lavoro di scrittura, in modo che l'obiettivo del Protocollo continui a guidarne lo sviluppo:

**“Nothing about us without us”**

Ovvero “niente su di noi senza di noi”. Non definiamo azioni politiche senza il diretto coinvolgimento delle persone interessate. Con la consapevolezza che i sistemi iniqui sono profondamente radicati nelle nostre società, è fondamentale fare spazio a processi plurali, perché gruppi e comunità sottorappresentate possano partecipare attivamente ai processi decisionali, mettendo in discussione un modello “standard” egemone che sempre di più si sta rivelando inefficace, oltre che escludente e ingiusto.

**Trasformarsi prima di trasformare**

La trasformazione sociale e culturale che auspichiamo deve partire prima di tutto dal radicale ripensamento delle organizzazioni stesse, a partire da quali sono le condizioni di accesso alle professioni culturali, secondo un processo di decanonizzazione. Questo è inteso come ripensamento delle strutture sistemiche e sociali che producono i canoni, la messa in discussione radicale dei meccanismi di potere e delle modalità normalizzanti di produzione e diffusione della conoscenza.

**Progettare a partire dalla persona “imprevista”**

Ovvero intendere l’accessibilità come punto di partenza nell’ideazione di progetti e non come adattamento a posteriori di servizi, spazi e contenuti per specifici gruppi di persone che non appartengono al “pubblico standard”. Questo permette di creare luoghi e esperienze che non solo possono essere fruiti da una più ampia pluralità di persone, ma che sono più accoglienti, sicuri e confortevoli per chiunque.

**“Non siamo la vostra ispirazione”**

La pratica artistica trae da sempre ispirazione dai temi delle comunità marginalizzate. Per costruire nuove immaginazioni e non semplicemente alimentarle, è necessario invertire la prospettiva di analisi agendo sull’accesso culturale a partire da chi produce la cultura (artist\*, lavorator\* dello spettacolo, creativ\*, architett\*, espert\* di comunicazione) affinché chi ne fruisce possa riconoscersi.

**Praticare una politica di ascolto e dialogo**

Coordinare processi corali e partecipativi significa nutrire costantemente un patto collettivo basato sulla reciprocità e sul mutuo riconoscimento, secondo un approccio di cura, di confronto e di conflitto. È necessario prevedere canali di comunicazione aperta che rendano le organizzazioni sempre più permeabili a istanze di cambiamento provenienti dalle proprie comunità di riferimento.

### **Monitoraggio e eredità**

Per una trasformazione tangibile e che duri nel tempo, è cruciale porsi obiettivi misurabili che permettano di valutare l'efficacia e la coerenza delle nostre azioni rispetto alla volontà di impatto. Per verificarne il raggiungimento è necessario coinvolgere direttamente le persone che vivono il cambiamento, in un'ottica di trasparenza e continuo apprendimento, dalla definizione degli obiettivi e dei relativi strumenti di monitoraggio, fino alla raccolta e interpretazione dei dati.

## **2. LINEE GUIDA PER UN CENTRO CULTURALE ACCESSIBILE**

La scrittura delle linee guida è avvenuta secondo una prospettiva **multilivello e intersezionale**. Per semplificare la lettura abbiamo definito cinque sezioni che attraversano i temi della programmazione culturale, della costruzione di spazi fisici accessibili, compresi quelli di lavoro, di processi di selezione del personale equi, di una comunicazione in grado di raggiungere il maggior numero di persone possibile e di strategie di coinvolgimento dei nuovi pubblici della cultura.

Le linee guida vanno lette come raccomandazioni interdipendenti, che possono essere **implementate gradualmente**, ma che necessitano l'una dell'altra per raggiungere il proprio obiettivo.

### **2.1 FARE SPAZIO**

#### **Un programma culturale plurale**

L'obiettivo è "progettare con" invece di "organizzare per", garantendo programmi culturali ampi, diversificati e non estrattivi, **co-curando** i contenuti con rappresentanti di comunità sottorappresentate e riconoscendone i crediti. Ciò permette di decentrare il potere simbolico di chi produce la cultura, verso le voci con minor accesso alle arene pubbliche.

## Come?

- Riconoscere che tutte le persone, a prescindere dalle proprie caratteristiche individuali, possono avere **dignità artistica**
- Rendere prassi nella propria programmazione **pratiche di co-curatela** e curatela collettiva che siano momenti di ascolto e opportunità di apprendimento continuo
- Fare attenzione al **rischio di tokenismo**, per cui coinvolgere una persona appartenente a una minoranza in qualsiasi contesto – lavorativo, umano, sociale – è abbastanza per salvaguardare una parvenza di uguaglianza. Come “mettere una toppa” a un problema che invece è sistemico.
- Affiancare **realità emergenti sottorappresentate** nelle fasi di produzione artistico-culturale, mettendo in condivisione saperi, risorse e competenze
- Prevedere open call e processi di selezione dedicati a persone operanti nel settore culturale attive in **contesti di marginalità**
- Condividere access rider/access agreement, ovvero documenti che forniscono informazioni riguardo a **requisiti di accessibilità individuali**, per organizzare al meglio il lavoro condiviso
- Fare in modo che le occasioni di confronto inter-organizzativo e strategico come board, processi decisionali e i momenti di programmazione culturale siano espressione di **punti di vista plurali**, prevedendo la presenza di persone marginalizzate
- Garantire **rapporti continuativi** e/o di lungo termine con i partner delle comunità coinvolte in una o più progettualità
- Prevedere nella programmazione sia eventi divulgativi che possano avvicinare **nuovi pubblici a temi complessi**, sia iniziative di approfondimento e confronto per sviluppare ulteriormente riflessioni e occasioni di dialogo
- Decentrare la possibilità di fruizione artistica, co-creando contenuti ed esperienze **al di fuori dei luoghi canonici** deputati alla cultura
- Abbattere l’isolamento degli artisti con disabilità e provenienti da comunità sottorappresentate promuovendo il loro **sviluppo creativo**, presentandone i lavori più rilevanti e innovativi al pubblico europeo (protocollo EBA)

## 2.2 SENTIRSI A CASA

### Spazi culturali accessibili

Essere uno spazio culturale significa svolgere una funzione pubblica e pertanto avere la responsabilità di costruire **ambienti fisici sicuri, accessibili e accoglienti** per tutte le persone. La persona “imprevista” diventa misura progettuale, affinché gli spazi non rappresentino un ostacolo sia dal punto di vista pratico, sia da quello emozionale e perché stimolino invece un senso di appartenenza verso una dimensione materiale (spazio) e immateriale (ambiente) di bene comune. L’accessibilità degli spazi, inoltre, deve rivendicare contestualmente il diritto alla bellezza, intesa sia come fattore estetico, sia come elemento di benessere associato a un luogo, troppo spesso pensata in antitesi al concetto di funzionalità; in questa richiesta un ruolo da protagonista può giocarlo il settore creativo, trovando nuovi modi e nuove forme di intendere servizi ed esperienza perché combinino accessibilità e bellezza.

### Come?

**Ridurre le barriere fisiche** – ostacoli che impediscono alle persone con disabilità motorie di spostarsi liberamente nello spazio

- Fare in modo che le aree di accoglienza siano facilmente accessibili dall’esterno a qualsiasi tipo di persona
- Disegnare e realizzare spazi e strumenti con un design flessibile, adattabile a diverse esigenze e utilizzi
- Pensare spazi che siano sensibili a richieste specifiche, come ad esempio luoghi per l’allattamento o dedicati alla preghiera per persone di differenti culti religiosi
- Organizzare l’assistenza all’infanzia, non per eliminare il “problema” dei bambini, ma trovando invece un modo per incorporare i bambini nell’istituzione
- Pensare spazi fisici che possano essere utilizzati da tutte le persone in autonomia, ad esempio ponendo l’attenzione all’altezza di finestre, mensole, interruttori e utensili, al peso e dimensione delle porte

- Creare rampe e percorsi dedicati per persone con limitata mobilità motoria (temporanea o permanente) all'interno e all'esterno della struttura
- Prevedere parcheggi dedicati all'esterno della struttura per persone con limitata mobilità motoria
- Prevedere posti a sedere dedicati all'interno della struttura per persone con limitata mobilità motoria

**Ridurre le barriere sensoriali** – ostacoli che impediscono o rendono difficoltosa a persone neurodivergenti e con disabilità sensoriali (cecità, sordità ecc..) la fruizione di spazi ed eventi

- Predisporre mappe tattili e/o virtuali e descrizioni dello spazio, per facilitare la fruizione dello spazio per tutte le persone
- Realizzare servizi di audiodescrizione, sovratitolazione, sottotitolatura e traduzioni nella comunicazione in loco e in quella digitale per semplificare la navigazione degli spazi
- Predisporre un sistema di illuminazione che garantisca un'adeguata visuale ed estetica, senza che producano un eccessivo e improvviso impatto sensoriale (es. luci molto forti o intermittenti)
- Progettare aree di riposo e decompressione

**Ridurre le barriere cognitive** – ostacoli che rendono difficoltosa la comprensione e la navigazione di spazi ed eventi

- Realizzare una segnaletica ambientale (wayfinding) semplice e chiara
- Rendere chiara l'organizzazione temporale di un eventi e la struttura fisica degli spazi, prevedendo solo minime variazioni a ridosso delle iniziative



## 2.3 IL LAVORO GIUSTO

### Processi di reclutamento e lavoro equi

L'obiettivo è favorire l'**accesso al lavoro** e garantire condizioni professionali adeguate a esigenze e istanze diverse, affinché gli staff e gli spazi culturali siano plurali e rappresentino i territori in cui si collocano.

Riteniamo infatti che il futuro del settore culturale dipenda fortemente dalla sua capacità di rappresentare e di rispecchiarsi nei contesti sociali in cui si innesta, **attraendo e aprendosi** sempre di più a persone e gruppi attualmente sottorappresentati nella vita pubblica.

#### Come?

#### Formazione dell'equipe di reclutamento

- Coinvolgere il personale in percorsi di formazione che abbiano per oggetto i bias cognitivi e pratiche di accoglienza efficaci per tutte le persone
- Promuovere una cultura aziendale fondata sui valori di accessibilità, pluralità ed equità, realizzando iniziative di sensibilizzazione e dotandosi di un Codice Etico antidiscriminazione condiviso con staff, partner, fornitori e pubblici
- Integrare negli organici "corpi intermedi", ovvero figure professionali che facciano da mediatori tra contesto lavorativo e persona candidata (es. community / accessibility / disability manager)
- Attivare percorsi di formazione dei recruiter sul linguaggio inclusivo

#### Policy interne per l'accessibilità

- Valorizzare l'eterogeneità delle persone che compongono lo staff e percorsi professionali individuali trasversali e ibridi
- Prediligere le assunzioni a tempo indeterminato per consentire una prospettiva di stabilità

- Coinvolgere nelle selezioni o assumere nel proprio staff recruiter che possano portare un punto di vista non dominante
- Favorire l'equità salariale (es. inserire accessibility fee; prevedere costi di accesso agevolati)
- Avvalersi del contributo e delle osservazioni dello staff per individuare lacune e sviluppare iniziative di recruitment più eque, ad esempio organizzando occasioni di team building inter-organizzativi e condividere con loro progressi e impegni in tema di accessibilità e pluralità nelle politiche di assunzione
- Valorizzare il multilinguismo
- Favorire la discriminazione positiva

## Annunci di lavoro accessibili

- Pubblicare annunci di lavoro in più lingue e scritti con un linguaggio semplice da capire e rispettoso di diverse identità e sensibilità
- Fornire ai candidati informazioni chiare in merito alle modalità dei processi di selezione e alle aspettative connesse
- Inserire disclaimer che esplicitino specifiche policy di discriminazione positiva ove presenti
- Informare in modo completo le persone candidate in merito all'accessibilità degli spazi in cui si terrà il colloquio fornendone una scheda tecnica

## Processo di selezione neutrale

- Revisionare e mettere in discussione i propri criteri di selezione perché siano neutri e non producano discriminazioni
- Non richiedere foto nel curriculum vitae per evitare bias connessi all'aspetto fisico

- Ove necessario operare una selezione delle persone candidate secondo la modalità del blind recruitment, perché sia unicamente basata sulle competenze, senza tenere in considerazione genere, nome e provenienza
- Assicurarsi di mettere a proprio agio le persone candidate richiedendo prima del colloquio una scheda delle proprie necessità e condividendo le modalità del colloquio, prevedendo momenti e spazi di pausa
- Fare in modo che lo spazio in cui avviene il colloquio sia accessibile e accogliente, ad esempio prevedendo tavoli disposti frontalmente per facilitare la diffusione della voce e la lettura del labiale
- Analizzare il processo pre-recruiting nella progettazione dei colloqui

## Stage e programmi di apprendistato

- Creare borse di studio per alta formazione in ambito culturale
- Dedicare borse lavoro e borse studio a comunità sottorappresentate

## Ricerca proattiva

- Attuare strategie di ricerca proattiva per raggiungere una più vasta pluralità di persone
- Interagire con reti di connessione con comunità, organizzazioni e istituzioni locali che rappresentano gruppi sottorappresentati
- Collaborare con istituzioni educative per creare percorsi di sviluppo e formazione per persone provenienti da contesti diversificati

## 2.4 PARLARE CON UNA PERSONA IN PIÙ

### Comunicazione, linguaggi e pubblici diversificati

L'obiettivo della comunicazione deve essere quello di **creare o consolidare una relazione**. Per questo motivo è necessario prima di tutto che questa sia facilmente comprensibile, definendo progetti comunicativi accessibili e che assumano una forma in cui le persone si sentano previste, valorizzate e rappresentate. È importante infatti **parlare con** le persone, non ad un pubblico generalista, diversificando lingue e linguaggi e sfruttandone la fluidità per raggiungere specifici gruppi, comunità e sensibilità.

Infine, la comunicazione rappresenta il primo passo di costruzione del patto di **rappresentatività** che si realizza nella programmazione, per questo motivo i progetti comunicativi devono esprimersi attraverso la stessa pluralità di voci che li hanno immaginati e che il pubblico incontrerà nel programma culturale.

### Come?

#### Linguaggio

- Utilizzare un linguaggio semplice e chiaro
- Utilizzare una pluralità di stili, modulandoli coerentemente alle esigenze comunicative, secondo un bilanciamento tra flessibilità e coerenza editoriale. Tra le possibilità: asterisco (\*); slash (/); pronomi neutri (they, them); schwa (ə); plurale neutro (3); underscore (\_) ecc...
- Aggiungere note/disclaimer sull'uso del linguaggio contestualmente ai materiali di comunicazione e promozione
- Evitare di utilizzare termini o espressioni che siano offensivi e/o escludenti per gruppi specifici di persone: per esempio stereotipi di genere o termini razzisti
- Adottare, quando possibile / necessario, circonlocuzioni (es. "tutte le persone" invece di tutti) per evitare incomprensione e respingimento nei rapporti e nelle comunicazioni con le persone
- Utilizzare linguaggi e formati compatibili con gli screen reader e strumenti di lettura accessibile

## Comunicazione empatica

- Promuovere l'ascolto attivo nelle interazioni con il pubblico, dando spazio alle voci delle persone e dimostrando interesse per le loro esperienze e preoccupazioni
- Accettare la possibilità dell'errore, sia in fase progettuale, sia a posteriori, valorizzando i feedback di pubblici e partner
- Mantenere nell'esperienza in loco il patto con i pubblici stretto attraverso la comunicazione, fornendo formazione specifica e coordinata a tutto lo staff su pratiche di accoglienza e gestione dei flussi
- Rendere pubblici gli elenchi di misure implementate per rendere spazi, contenuti ed esperienze maggiormente accessibili e quello delle misure che si intende adottare in futuro
- Intendere il linguaggio inclusivo e l'ascolto attivo come forme di allenamento al cambiamento

## Strumenti immersivi/interattivi

- Offrire descrizioni semplici e chiare che consentano alle persone di esplorare gli spazi culturali da remoto e in presenza, sia in termini di facilitazione del movimento in loco, sia come strumento aggiuntivo di conoscenza dell'organizzazione
- Creare linee guida/vademecum da condividere internamente allo staff su protocolli di accoglienza, strumenti per l'accessibilità e linguaggi da utilizzare nei processi di comunicazione interna ed esterna

## 2.5 PIACERE DI CONOSCERCI

### Coinvolgere nuovi pubblici

Il coinvolgimento delle persone nelle attività della propria organizzazione deve passare attraverso un approccio di cura, **un patto collettivo** che dura nel tempo in cui le persone che compongono “il pubblico” e le persone che compongono “l’organizzazione” possano riconoscersi in un forte senso di **appartenenza** ad una stessa visione.

Per questo è fondamentale che entrambe le parti conoscano i valori e i desideri individuali che muovono l’azione e l’adesione culturale, aprendo processi di dialogo e di raccolta di feedback. In questo modo è possibile co-costruire organizzazioni che rispondono concretamente a **bisogni e aspirazioni** di chi le abita, valorizzando l’intelligenza dei pubblici e agendo come piattaforme di empowerment e di emancipazione individuale e collettiva.

### Come?

#### Sistemi di raccolta di feedback

- Prevedere nei propri spazi la presenza di un punto di accoglienza, informazione e supporto che permetta una comunicazione orale interpersonale, comunicandolo opportunamente
- Introdurre uno strumento di raccolta feedback, sia digitale che cartaceo, che possa adattarsi alle necessità di tutte le persone
- Definire criteri di valutazione e indicatori di cambiamento e risultato coinvolgendo direttamente le persone che vivono quel cambiamento
- Definire un team di monitoraggio e valutazione che raccolga, analizzi e interpreti i dati relativi agli stakeholder, coinvolgendoli direttamente, per nutrire il processo di apprendimento continuo tra pubblici e organizzazione

#### Accessibilità economica

- Diversificare le tariffe e i costi per permettere la fruizione di spazi e attività anche a persone con minor accesso economico

- Prevedere nella programmazione giornate o fasce orarie di accesso gratuito o a prezzo agevolato
- Costruire programmi di membership che, oltre ad agevolare la fruizione delle attività da un punto di vista economico, aiutino a consolidare con le persone una relazione fatta di comunicazione, condivisione, conoscenza reciproca

## **Strumenti multimediali / tecnologia assistiva**

- Facilitare la fruizione della programmazione culturale mettendo a disposizione audioguide
- Introdurre applicazioni digitali con funzionalità di realtà aumentata (AR) o realtà virtuale (VR)
- Mettere tutte le persone nella condizione di partecipare alle attività culturali attraverso l'introduzione di sottotitolazioni e sovratitolazioni delle attività proposte
- Introdurre schermi tattili interattivi che rendano accessibili progetti e iniziative alle persone cieche e in generale più fruibili per tutte le persone

## **Personale specializzato**

- Prevedere durante le attività la presenza l'affiancamento di figure professionali che facilitano la fruizione delle attività come ad esempio guide e interpreti
- Individuare figure con il ruolo di critical friend o intermediari, che abbiano la funzione di facilitare lo scambio di feedback segnalando criticità e lacune in termini di accessibilità
- Definire un team di lavoro che abbia la funzione di affiancare in maniera continuativa le persone (esterne e interne all'organizzazione) in un processo di cura e di valorizzazione

# UN MANIFESTO IN DIVENIRE

**L'accessibilità è un processo** molto complesso e sfidante se interpretato come smantellamento e ricostruzione di un'idea di istituzione culturale.

Questo Manifesto delinea un insieme molto ricco di linee guida di natura incrementale e situata, aperte a continua **revisione e adattamento** alle condizioni socio politiche dei contesti nei quali si calano.

Alcune di queste misure sono immediatamente realizzabili all'interno di moltissimi centri culturali, altre sono immaginate su orizzonti temporali più lunghi e altre ancora hanno bisogno di un **cambiamento sistemico** per divenire realtà. Per produrre cambiamento sistemico è essenziale prevedere che un piano di investimenti sulle misure di accessibilità diventi una delle priorità strategiche dei luoghi della cultura.

Ci auguriamo che il presente Manifesto possa **aprirsi a nuove voci, nuovi contributi concreti e sguardi critici** in modo che possa configurarsi sempre di più come strumento utile a supportare una reale trasformazione all'interno del settore.

**Per contribuire a questo processo aperto potete inviare commenti e proposte a [samesame@base.milano.it](mailto:samesame@base.milano.it)**



# MANCA QUALCOSA?

Un'idea di:

**BASE**

Con il patrocinio di:



Comune di  
Milano



Con il sostegno di:



FONDAZIONE  
BANCA POPOLARE  
DI MILANO

Partner istituzionali:



Direzione Generale  
Creatività Contemporanea



Fondazione  
CARIPLO



creative  
industries  
fund NL

Partner scientifici:

AL. Di. QUA.  
ARTISTS

ASSOCIAZIONE FEDORA

Moleskine  
Foundation

DIVERSITY

ESPRESSO

ميلانو  
MEDITERRANEA