

1.1. Relazionarsi con il pubblico

I primi passi che i musei d'arte possono intraprendere per abbattere le barriere e favorire l'accessibilità alle persone con problemi di vista sono l'apertura di un canale comunicativo attraverso lo sviluppo di relazioni regolari e l'adozione di un comportamento adeguato con il pubblico di riferimento.

1.1.1 Sviluppare le relazioni

Entrare in contatto con il pubblico è fondamentale per conoscerne necessità e aspettative. Ciò è inoltre essenziale per comunicare in maniera mirata la propria offerta di mediazione culturale accessibile. Per farlo è consigliabile sviluppare canali di comunicazione istituzionali e interpersonali regolari.

A livello svizzero, l'organizzazione a cui è possibile fare riferimento è la FSC, Federazione svizzera dei ciechi e deboli di vista, che conta 16 sezioni in tutto il Paese. L'unica sezione a sud delle Alpi è UNITAS, Associazione ciechi e ipovedenti della Svizzera italiana. Si consiglia di riferirsi alle organizzazioni regionali anche per entrare in contatto diretto con le persone che hanno problemi di vista. A tale proposito UNITAS organizza regolarmente momenti di sensibilizzazione mirati. Parteciparvi, come anche organizzare attività specifiche presso il proprio museo, permette di attivare arricchenti scambi interpersonali tra mediatori e pubblico in grado di favorire ulteriormente il coinvolgimento di entrambe le parti in maniera duratura. Una volta coinvolto, comunicare anche direttamente al pubblico la propria offerta di mediazione culturale accessibile, ad esempio telefonicamente oppure tramite posta elettronica, risulta essere uno dei metodi migliori per una comunicazione efficace. È inoltre possibile segnalare gli eventi culturali e le attività potenzialmente interessanti per le persone con disabilità visive a INFOUNITAS, rivista accessibile gestita dall'associazione stessa.

In Svizzera esistono molte altre organizzazioni a cui è possibile fare riferimento. [\(link a mappatura – nostra o di admin?\)](#).

[Magari due anteprime dei loghi delle istituzioni con link ai rispettivi siti istituzionali](#).
(www.sbv-fsa.ch) e (<http://www.unitas.ch>)

1.1.2. Conoscere le necessità e le aspettative

Conoscere necessità e aspettative del pubblico di riferimento è molto importante per implementare soluzioni efficaci. È dunque essenziale che tutto il personale e, in particolare, quello a contatto con l'utenza (personale di accoglienza, di sala, di sicurezza, mediatori) sia sensibilizzato rispetto ai diritti riconosciuti e alle necessità delle persone con disabilità visive. Per farlo, oltre a entrare in contatto con le organizzazioni di riferimento e con le persone con problemi di vista, è consigliabile informarsi partecipando a momenti d'incontro mirati, oltre che consultando la documentazione già reperibile. [\(ev. link a bibliografia\)](#)

Per informazioni riguardo alle pari opportunità per le persone disabili si consiglia di fare riferimento all'Ufficio federale per le pari opportunità delle persone con disabilità (UFPD) (<https://www.edi.admin.ch/edi/it/home/fachstellen/ufpd.html>). Per approfondimenti specifici riguardo alle disabilità visive si consiglia di prendere contatto con la sezione regionale di riferimento della *Federazione svizzera dei ciechi e deboli di vista FSC (UNITAS per la Svizzera italiana)*, oltre che con l'*UCBC, Unione centrale svizzera per il bene dei ciechi*, di consultare la documentazione disponibile (molta è anche online) e di partecipare a momenti di sensibilizzazione mirati, periodicamente implementati dalle organizzazioni.

[\(Magari link all'Ufficio federale pari opportunità\)](#).

[\(Magari un'anteprima dell'UCBC con link al rispettivo sito istituzionale\)](#).

Per le istituzioni museali è fondamentale conoscere innanzitutto alcuni aspetti preliminari che caratterizzano il pubblico con disabilità della vista:

- **Numeri**/Nonostante la mancanza di statistiche precise, l'UCBC ha potuto stimare che in Svizzera le persone con disabilità visive siano ca. 320'000. La stima precisa è resa difficoltosa dal fatto che chi ha un problema di

vista non deve necessariamente segnalarlo a organizzazioni o autorità. È possibile raccogliere l'informazione unicamente quando le persone inoltrano richieste di prestazioni. È un dato acquisito però che i problemi di vista colpiscono maggiormente le persone sopra i 40 anni e che la percentuale di persone con disabilità della vista tende ad aumentare con l'età.

- **Problemi visivi**/Le forme di disabilità visiva sono numerose ed estremamente diversificate. Ogni persona "non vede" in modo unico e specifico. Il pubblico con disabilità visiva può essere però diviso in due grandi categorie: le persone cieche, che non sono in grado di vedere, e le persone ipovedenti, che riescono ancora a vedere qualcosa con l'aiuto di ausili specifici. Altre due distinzioni possono inoltre essere fatte in funzione del momento in cui la disabilità si è manifestata. Le persone cieche dalla nascita (che sono poche e in diminuzione), non hanno ricordi di natura visiva. Quelle che invece lo sono diventate nel corso della vita possono far capo a ricordi visivi. Per chi è ipovedente dalla nascita, i ricordi visivi sono frammentati, mentre per chi lo è diventato in età avanzata (situazione più comune e in aumento), i ricordi visivi sono spesso ancora ben saldi nella mente. È importante conoscere queste distinzioni, per poter implementare soluzioni trasversali flessibili in grado di adattarsi al pubblico.
- **Uso dei sensi**/Per una persona che non può affidarsi alla vista per orientarsi o percepire informazioni, utilizzare gli altri sensi non è un'opzione ma una necessità. L'udito, il tatto, l'olfatto e il gusto, sono i sensi a disposizione per percepire il mondo circostante devono poter essere attivati anche per fruire del museo e delle opere d'arte. Per le persone ipovedenti, inoltre, poter sfruttare il proprio residuo visivo è importante tanto quanto integrarlo ad altre percezioni sensoriali.
- **Principali mezzi ausiliari**/In un mondo dove la vista ha il monopolio, le persone con disabilità visiva utilizzano degli ausili in grado di guidarle e permetter loro di utilizzare i sensi a disposizione per percepire le informazioni. Che si tratti di sostegni all'orientamento e alla mobilità (es. accompagnatore vedente, cane guida, bastone bianco), (ev. link a guidare) di ausili informatici per accedere alle informazioni in rete (es. lettori vocali) (ev. link a sito web accessibile) o di soluzioni in grado di sfruttare il proprio residuo visivo (es. macrolettori, ingrandimenti attraverso lenti o fotografie scattate con il proprio telefonino, pile elettriche in grado di aumentare l'intensità luminosa, possibilità di avvicinarsi molto all'oggetto da vedere) (ev. link a favorire l'incontro diretto), essi devono poter essere utilizzati senza limitazioni per fruire del museo e delle sue opere come previsto dalla **legge federale sull'eliminazione di svantaggi nei confronti dei disabili** (LDis). (link alla legge: <https://www.admin.ch/opc/it/classified-compilation/20002658/index.html>).

(Ev. link a bibliografia?)

Per ciò che concerne l'ambito culturale e artistico, e in particolare quello dei musei d'arte in Ticino, le necessità e le aspettative del pubblico di riferimento sono state indagate nel quadro del progetto MCI e sintetizzate in due rapporti liberamente accessibili (link alle due risorse con anteprime).

1.1.3. Adattare l'accoglienza

Adattare l'accoglienza in funzione delle necessità del pubblico è il punto di partenza per favorire l'accessibilità del museo. In particolare fornire prima della visita tutte le informazioni necessarie ai visitatori, permette alle persone con disabilità visiva di sentirsi coinvolte e benvenute al museo. Per farlo, è in particolare necessario comunicare in maniera efficace sia attraverso il sito web del museo (link a scheda web) che di persona. Inoltre, per far sentire il pubblico a proprio agio e in sicurezza, si consiglia di mettere a disposizione una persona che possa, se necessario, accompagnare fisicamente le persone cieche e ipovedenti attraverso il museo, descrivere loro le opere e gli spazi (link a descrivere) oltre che guidarle nell'esplorazione tattile delle opere (link a esplorazione tattile), quando è data la possibilità di toccarle (link a guidare).

Le informazioni da fornire prima della visita:

- **Pratiche**/È importante fornire prima della visita tutte le informazioni pratiche necessarie: tariffe d'entrata ed eventuali agevolazioni tariffarie, condizioni d'ingresso, orari, esposizioni in corso, attività di mediazione in

programma, eventuali divieti (es. divieto di portare borse o zaini nelle sale espositive, ecc.), ostacoli, questioni legate alla sicurezza delle opere (conservazione e assicurazione), ecc.

- **Orientative**/È fondamentale spiegare la situazione degli spazi nell'edificio (sale espositive, caffetteria, guardaroba, ascensore, scale, rampe, servizi igienici, shop, ecc.) nonché i modi per raggiungerli. È importante segnalare l'eventuale presenza di barriere architettoniche e/o di ostacoli alla mobilità potenzialmente pericolosi per le persone con disabilità visiva (es. presenza di porte di vetro, gradini non segnalati, mobili in zone di passaggio, ecc.)
- **Agevolative**/Quando presenti, è essenziale segnalare le facilitazioni atte a favorire la mobilità e all'orientamento, l'accesso alle informazioni e alle opere d'arte (personale di riferimento, sgabelli portatili, sedie a rotelle, planimetrie in rilievo, segnaletica accessibile, audioguide e altro materiale informativo, sito web e newsletter accessibile, possibilità di toccare le opere originali e/o riproduzioni, possibilità di utilizzare ausili specifici, offerta di mediazione culturale accessibile, ecc.). Essere accompagnati da una persona vedente, per le persone con disabilità visive è spesso anche una necessità oltre che un piacere. Per questo si consiglia inoltre di valutare la possibilità di introdurre eventuali agevolazioni tariffarie dedicate agli accompagnatori.

1.1.4. Valutare l'efficacia

Ogniquale volta si realizza un'attività o si applicano degli accorgimenti specifici per un pubblico con disabilità visive è opportuno prevedere anche una valutazione, mettendo a confronto i risultati ottenuti con gli obiettivi che si intendeva raggiungere. In generale si suggerisce di trovare sempre un modo per registrare (audio, testo, ecc.) i riscontri del pubblico. Tuttavia la valutazione della "qualità" di un'azione, oltre a richiedere conoscenze e strumenti specifici, può configurarsi come una valutazione esterna che coinvolga comunque le diverse parti in causa. Infine, può essere opportuno e utile prevedere la valutazione in diverse fasi temporali (intermedie e finali) e ripetute nel tempo.

Scopo della valutazione consiste nella possibilità di esprimere un giudizio di validità in vista di una convalida o di un miglioramento in funzione di una ripetibilità o di una trasferibilità. L'esigenza più sentita quando si sperimentano attività nuove o più in generale dei cambiamenti o delle innovazioni è di **valutarne l'efficacia**, cioè i risultati ottenuti in relazione agli obiettivi prefissati. L'efficacia si può esprimere nella qualità di un'azione, nella descrizione degli effetti sui partecipanti o dei risultati per un'organizzazione. Nella valutazione dell'efficacia di un'azione o un intervento rivolto al pubblico cieco e ipovedente ci si confronta con la capacità di considerare bisogni e aspettative specifici, proponendo soluzioni adeguate, accessibili e non basate esclusivamente sulla vista.

L'efficacia viene valutata attraverso degli **indicatori** identificati per esprimere delle previsioni, osservare degli effetti, comprendere il senso di un risultato, estrapolare delle generalizzazioni, spiegare l'emergere di criticità, ecc.

Per la scelta degli indicatori è importante tenere in considerazione la rilevanza assegnata dai partecipanti, la forza di sintesi nell'esprimere un fenomeno e, non ultimo, la relazione causale tra indicatore e obiettivi prefissati.

Oltre all'efficacia risulta opportuno valutare anche **l'efficienza** prendendo in considerazione il rapporto tra mezzi investiti, risorse impiegate e risultati raggiunti.

(Ev. anteprima e link risorsa valutazione)