

Modératrice : Marion Cambier

Prise de note : Zelda Delcourt

Participants : Marco Marco Giancaterini (Festival Anima), Norbert Nzarubara (Africalia), Lola d'Estienne d'Orves (Théâtre Varia), Yannick Van Keer (Lasso asbl), Mohamed Ouachen (Diversité sur Scènes asbl), Mathilde Scheers (Théâtre Varia), Camille Mormino (Les Brigittines), Zoé Lacroix (Centre Culturel Bruegel), **Kaisha ...** (United Stages asbl), Sandrine Tielemans (Les Brigittines), Romane Beau (Brufete asbl - Service Culture de la Ville de Bruxelles).

### **Table de discussion (FR)**

#### **“Comment éviter d'exclure (par le digital) : inclusion vs. exclusion ?”**

##### **Tour de table**

Marco (Festival Anima) avait participé au précédent Groupe de Travail (novembre 2022) et, curieux de voir l'évolution du projet et les résultats obtenus lors de l'enquête, s'était inscrit à celui-ci.

Norbert (Africalia, asbl de coopération culturelle avec le continent africain) avait répondu à l'enquête en ligne et, désireux de prendre connaissance des recommandations et bonnes pratiques recueillies, souhaitait participer au workshop. L'équipe d'Africalia partagera ensuite ces recommandations vers ses partenaires de manière à toucher un plus large public.

Lola (Théâtre Varia) en poste depuis une semaine en tant que *Chargée de Communication Digitale*. Ce poste n'existait pas avant et, comme la question de l'inclusivité se pose à différents niveaux au sein de l'organisation, elle est en recherche de *matériel* à partager en interne.

Yannik (Lasso asbl) est Chargé de Communication au sein de l'organisation Lasso, qui fut créée à partir de RAB/BKO et contribue également à la mise en réseau d'un ensemble d'institutions culturelles autour de la notion de *participation culturelle* à Bruxelles. Lasso a pour mission de connecter des organisations de différents secteurs (enseignement, art, culture, cohésion sociale, jeunesse) avec pour ambition de contribuer à un monde où la culture appartient à tout un chacun.

Mohamed membre de l'organisation “Diversité sur Scènes” qui lutte contre les problèmes de discrimination au sein des institutions culturelles et fait également la promotion d'artistes issus de quartiers populaires.

Mathilde (Théâtre Varia) est en stage en médiation culturelle et confirme l'ouverture de nombreux *chantiers*, à propos de l'accessibilité, initiés par l'institution.

Camille Mormino (Les Brigittines) est Responsable du Développement des Publics. Le poste a été créé à l'automne 2022. Le titre qu'elle occupe implique un très large éventail de missions et de problématiques autour de la définition des *publics*. Et la notion de *l'inclusivité* est omniprésente. Elle pose une question primordiale : “Comment amener, de la meilleure manière, cette discussion au sein des institutions ?”

Zoé (Centre Culturel Bruegel), en poste depuis janvier 2023 comme Chargée de Communication, n'avait pas eu l'occasion de participer au précédent GT. Le Centre Culturel est en plein(e) changement/transition, situé en plein cœur des Marolles, un quartier extrêmement diversifié et qui témoigne d'une population concernée par différents niveaux de *précarité*. L'institution s'inscrit dans un territoire marqué à la fois par une grande mixité culturelle et linguistique mais aussi par une population de *personnes isolées*. La situation géographique du Centre Culturel Bruegel induit de nombreux questionnements en matière d'inclusion, d'inclusivité, d'accessibilité. La question de savoir "Pourquoi (toujours) aller chercher le public ?" est très intéressante et renvoie à l'importance d'évaluer les expériences vécues par les publics pour ensuite identifier quels sont finalement les individus qui participent effectivement à ces expériences, sont touchés par la programmation, et, en d'autres termes, définissent le *public cible* de l'organisation. Selon les retours d'expérience, celle-ci est en mesure d'auto évaluer sa programmation et de l'adapter le cas échéant : d'abord pour mieux répondre à ses publics existants, ensuite pour éventuellement toucher une plus large audience. Au regard des nombreux enjeux soulevés par *la transition numérique*, bien des organisations comme le Centre Culturel Bruegel se définissent avant tout par des *actions de proximité* (ou encore leur(s) mission(s) de quartier) qui déterminent également une stratégie de communication.

Kaisha (United Stages) vient de rejoindre l'équipe de RAB/BKO. United Stages est un projet pilote qui a duré cinq ans, consacré à la *justice migratoire* et aux problématiques inhérentes à ce sujet. Le contenu récolté durant ces dernières années constitue une *base de données* très utile. United Stages s'intègre désormais au Réseau des Arts à Bruxelles. Kaisha a par ailleurs un parcours en communication dans la culture et souhaite également échanger avec d'autres acteurs culturels des enjeux d'inclusion/inclusivité.

Sandrine (Les Brigittines) est Chargée de Communication et très curieuse de connaître les résultats du travail de recherche et preneuse de toutes les possibilités pratiques qui peuvent être mises en œuvre par les organisations culturelles et créatives (et ce, en fonction dans la limite des moyens disponibles).

Romane (Brufete asbl) est également Chargée de Communication pour l'asbl Brufete, rattachée au Service Culture de la ville de Bruxelles, qui développe principalement des événements dans l'espace public et collabore avec des associations de terrain. D'après Romane, la question est également de savoir "Comment adapter le travail de communication *grand public* au service de *médiation* ?"

### **Approche intersectorielle : mutualisation des moyens et des connaissances**

Le *Design d'application* (ou *User Experience Design*) représente un champ d'expertise intéressant, dans le secteur privé, qui dispose de moyens plus importants et qui, par ailleurs, contribue à de nombreuses réflexions en matière d'*accessibilité*. Les recherches menées sont constitutives d'un contenu disponible en ligne. La plateforme [Medium](#) représente un exemple de support de collaboration en rassemblant une large communauté d'experts (100 millions), aux profils très divers, réunis à travers un nouveau modèle d'*édition numérique*.

Il y a deux ans, l'asbl Lasso a actualisé son site internet grâce à l'expertise de l'organisation [AnySurfer](#). Il s'agit de services payants qui peuvent néanmoins être compensés (au moins de moitié) par des financements publics (subventions) en faveur de l'*inclusivité*.

### **L'accessibilité en ligne, et ailleurs ?**

Durant la pandémie, l'accès à la culture a été dissocié des *lieux* culturels à proprement parler. De ce point de vue, le numérique peut contribuer à une nouvelle voie de la *démocratisation* culturelle.

Les pratiques de sur-titrage et de sous-titrage des spectacles vivants et des contenus numérisés nécessitent des moyens. Si les compagnies elles-mêmes ne les intègrent pas dans leur processus créatif, à qui revient la responsabilité ? Aux organisations qui contribuent à la diffusion des spectacles. Il y a parfois un contraste important entre les moyens réellement mis en œuvre et l'*image* donnée à travers les contenus diffusés ; se pose alors la question de l'*engagement* authentique. Certaines organisations sont en effet confrontées à des réalités matérielles ou financières sur la chaîne de valeur.

La transition numérique s'effectue plus rapidement que l'adaptation du niveau de compétences de la population. Les notions de *vulnérabilité* voire de *fracture numérique* témoignent de l'impact de la perpétuelle mutation des technologies numériques sur la société. Si les organisations culturelles sont incitées à utiliser ces outils, elles sont par ailleurs confrontées à l'incapacité d'atteindre certaines personnes (faibles compétences, non-utilisateurs, etc.). Comment donner du crédit à leur utilisation ? D'autant plus lorsqu'elles se retrouvent, elles-mêmes, dans des difficultés (dépendance aux algorithmes, hébergement des sites, etc.).

Si des moyens (notamment l'interprétation en langue des signes) sont déployés *in situ* pour élargir cette offre à des personnes porteuses d'un handicap, cela s'inscrit en effet dans une stratégie dite *inclusive*. Il s'agit d'une adaptation de l'offre en tant que telle. En proposant des contenus numériques adaptés aux personnes souffrant de déficiences auditives, visuelles ou autres, on ne les invite pas à découvrir/expérimenter le *lieu culturel*, elles restent isolées. Dès lors, leur *participation* à la société se voit entravée. L'enjeu serait de proposer des expériences, *in situ* et en ligne, accessibles à tous.

### **“Communiquer une offre” ou “Communication en tant que vecteur de médiation” ?**

Cette section interroge le possible changement de l'offre culturelle selon la stratégie établie en matière de communication. Celle-ci est-elle fonction des outils numériques ? Ou, à contrario, un large éventail de moyens - y compris en dehors du numérique - peut-il y contribuer ? Collaborer avec des associations de terrain illustre également une approche, quant à elle *de terrain*. Dans ce cas, de quelle manière les outils numériques peuvent-ils s'inspirer et refléter cette *dimension humaine* ? Par exemple, lorsque le KVS donne la parole, à travers des capsules vidéo, aux artistes-interprètes qui figurent à leur affiche ; l'organisation rapproche les professionnels de la culture de leurs publics et *crée du lien*.

La communication doit être au service de l'offre culturelle et non l'inverse. Ce qui attire les publics, c'est avant tout la programmation proposée.

### **Comment rendre son offre la plus inclusive possible ?**

Le but est d'élargir le concept de personnes souffrant d'un handicap à toutes les personnes qui souffrent d'un *manque*, quel qu'il soit, et de rendre l'offre culturelle la plus accessible pour tous ces publics qui n'ont pas la chance de se rendre *in situ*.

Pour cela, construire une relation de co-création avec son public pour mieux le connaître, permet de comprendre ses besoins. Des outils comme des *boîtes à suggestion* ou encore des *enquêtes de satisfaction* sont utiles mais ne permettent néanmoins pas de connaître les besoins des publics qui ne se rendent pas dans les lieux culturels.

Grâce à la diffusion en ligne du [Festival Anima](#) durant la pandémie de covid-19, prolongé également dans une édition *hybride* en 2021, l'équipe a réussi à toucher des publics plus éloignés (notamment des personnes néerlandophones) et ainsi diversifier son audience. Malheureusement, cela ne s'est pas poursuivi car continuer à proposer le festival en ligne nécessiterait une équipe mobilisée à temps plein.

Pour certains, ça a plus de sens de travailler avec les contenus numériques comme vecteur d'inclusion en complémentarité des contenus physiques. Il ne faut pas simplement diffuser en ligne le contenu disponible *in situ* mais apporter une plus-value.

Il est certes plus facile de développer une offre plus inclusive grâce à des moyens financiers mais il ne faut pas négliger les aides extérieures comme les bénévoles ou la mutualisation des moyens/ressources avec d'autres acteurs de terrain.

### **Quelle est la différence entre un *canal* de communication et un *lieu* culturel?**

Si le lieu se dématérialise, cela redéfinit l'identité et les missions de l'organisation culturelle, mais aussi le produit culturel en lui-même et sa chaîne de valeur.

Si le but d'une organisation est de créer du lien sur place et d'être implantée sur son territoire, peut-être faut-il se poser la question de ce que le numérique peut apporter comme solution (en complémentaire).

### **L'inclusivité c'est aussi inclure les publics exclus pour des raisons socio-économiques**

*Spot* est un outil numérique, créé par un groupe d'étudiant.es de l'Ihecs (dont Mathilde présente autour de la table ronde), permettant de pallier l'exclusion sociale (telle que celle des groupes analphabètes). Certaines personnes ne peuvent comprendre les programmes proposés, notamment dans les théâtres à cause d'un contenu trop complexe. Le but de cet outil, favorisant un support unique, est que chacun y trouve son compte sans pour autant être montré du doigt et stigmatisé.

Le [FALC](#) (Facile À Lire et À Comprendre) représente un autre outil intéressant. Il s'agit d'un service payant qui permet d'adapter un texte ou simplifier un support, pour tous.

Les outils développés grâce à l'Intelligence Artificielle peuvent également contribuer à simplifier ou adapter du contenu.

### **Exemples de projets considérés comme inclusifs (selon les participants de la table ronde)**

Kaisha travaillait avant pour *Muziekpublique* qui a initié le Festival [Living Room](#) qui, depuis plusieurs années, prend place chez les particuliers et devient alors un événement itinérant. Cela permet à des personnes moins familières avec des lieux culturels d'y accéder. Selon Kaisha, ce festival représente un bon exemple de réflexion à mener "sur comment toucher un nouveau public et créer du lien avec lui".

Selon Lola, fournir des boîtes à outil permet de créer du lien avec ses publics.

Dans le cadre de son travail chez Africalia, Norbert travaille avec des structures qu'il accompagne, notamment le [Cinéma Numérique Ambulant](#). Ce projet, basé au Burkina Faso et prenant la forme d'un cinéma *mobile*, donne accès au cinéma à des personnes n'y ayant pas du tout accès d'ordinaire.

### **Mot de la fin**

Selon Zoé, de manière générale, il est essentiel d'être conscients que, même si la culture est désormais largement accessible, certains individus n'y ont toujours pas accès. Le but est de proposer un accès à la culture pour tout le monde sans discrimination, condition ou questionnement. Il faut aussi garder à l'esprit que même des pratiques *inclusives* peuvent causer de l'exclusion. En ce sens, la notion sociologique de *l'intersectionnalité*<sup>1</sup> est assez pertinente car elle vise à dénoncer toutes les formes d'oppression (racisme, sexisme, validisme, homophobie, transphobie) considérant qu'elles *s'articulent* et *se renforcent* mutuellement, de manière à n'en exclure aucune.

---

<sup>1</sup> Pour élargir le débat autour de la notion de l'intersectionnalité. Source disponible en ligne : <https://www.tilt.fr/articles/lintersectionnalite-cest-quoi>. Dernière consultation le 31 mars 2023.