

Favorire l'accessibilità comunicativa e la partecipazione di persone con bisogni comunicativi complessi (BCC): il progetto di Ipercoop Collestrada promosso dalla Fondazione Angsa Umbria E.T.S e da Coop Centro Italia.

Abstract:

Il seguente lavoro, nato dalla collaborazione tra la Fondazione Angsa Umbria E.T.S e Coop Centro Italia, è incentrato sull'utilizzo della Comunicazione Aumentativa Alternativa (CAA) per favorire l'accessibilità comunicativa nel punto vendita Ipercoop di Collestrada (PG). Spesso, infatti, le persone con bisogni comunicativi complessi (BCC), tra cui persone autistiche, incontrano barriere nella fruizione dei servizi (Verruggio et al., 2017) e nello svolgimento di attività di vita quotidiana (es: fare la spesa). Il progetto ha quindi previsto adattamenti ambientali, attraverso strumenti di CAA, affiancati da un intervento di formazione del personale dell'esercizio commerciale, al fine di ridurre le barriere di opportunità e di accesso che determinano una limitazione nella partecipazione (Schlosser e Lee, 2000). Tali ostacoli devono quindi essere affrontati per consentire anche agli individui che usano la CAA di "coinvolgersi effettivamente ed efficacemente in varie interazioni" (Beukelman e Mirenda, 2013) e in diversi contesti di vita comunitaria.

Abstract:

This project, developed through collaboration between Fondazione Angsa Umbria E.T.S and Coop Centro Italia, focuses on using Augmentative and Alternative Communication (AAC) to improve communication accessibility at the Ipercoop store in Collestrada (PG). People with complex communication needs (CCN), including those with Autistic Spectrum Disorder (ASD), often face challenges when accessing services (Verruggio et al., 2017) and carrying out everyday tasks like going shopping at the supermarket. The project involved making environmental adjustments with AAC tools, along with training store staff, to help reduce barriers to participation and access (Schlosser and Lee, 2000). Addressing these challenges is essential for enabling AAC users to "actively and effectively engage in various interactions" (Beukelman and Mirenda, 2013) in different community settings.

Parole chiave: Accessibilità comunicativa, CAA, Bisogni Comunicativi Complessi, Partecipazione nella comunità, Disturbi dello spettro autistico.

Keywords: Communicative accessibility AAC, Complex Communication Needs, Community Partnership, Autistic spectrum disorders

Introduzione

Per anni il concetto di accessibilità è stato associato allo spazio fisico e alla rimozione delle barriere architettoniche (Cardinaletti, 2018). Tuttavia, come definito dalla Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità, è fondamentale garantire non solo l'accesso all'ambiente fisico ma anche all'informazione e alla comunicazione (art. 9 Convenzione ONU, 2009). L'accessibilità comunicativa è quindi un diritto, riferito alla possibilità di esprimersi liberamente e di ricevere e comunicare informazioni e idee attraverso ogni mezzo (art. 21 Convenzione ONU, 2009), incluse le modalità aumentative e alternative.

Ad oggi l'accessibilità comunicativa però non è sempre garantita a persone con bisogni comunicativi complessi (BCC), a causa delle barriere incontrate quotidianamente all'interno della comunità, ad esempio nella fruizioni dei servizi pubblici, negli esercizi commerciali, nei trasporti e in contesti sanitari (Verruggio et al., 2017). In particolare, la partecipazione di individui con BCC è spesso condizionata dalla presenza di barriere di opportunità; queste non sono connesse direttamente alla persona con BCC ma si legano prevalentemente a fattori ambientali e ai livelli di competenza e di abilità dei facilitatori e dei partner comunicativi (Beukelman e Mirenda, 2013). Il funzionamento di ogni individuo e il livello di partecipazione nei diversi contesti di vita derivano infatti dall'interazione tra fattori personali e condizioni esterne (ICF Classificazione internazionale del Funzionamento, della Disabilità e della Salute, 2001), sulle quali quindi è fondamentale intervenire.

In un'ottica di promozione dell'accessibilità comunicativa, può essere utile ricorrere alla Comunicazione Aumentativa Alternativa (CAA) che "studia e, quando necessario, tenta di compensare disabilità comunicative temporanee o permanenti, limitazioni nelle attività e restrizioni alla partecipazione di persone con severi disordini nella produzione del linguaggio e/o della parola, e/o di comprensione, relativamente a modalità di comunicazione orale e scritta" (Asha, 2004). Obiettivo della CAA infatti è sostenere la comunicazione e massimizzare le opportunità di partecipazione delle persone con BCC. Per perseguire tale obiettivo è necessario rivolgere gli interventi di CAA alla comunità in cui vive la persona, implementandoli non esclusivamente in ambito clinico e in sessioni di terapia ma all'interno di contesti naturali di vita (Williams, Krezman e McNaughton, 2008).

Il progetto descritto nel seguente lavoro è nato dalla collaborazione tra la Fondazione Angsa Umbria E.T.S e Coop Centro Italia e ha avuto come finalità la promozione dell'accessibilità comunicativa all'interno dell'ipermercato Ipercoop di Collestrada (PG). Tale progetto risponde alla mission della Fondazione che si pone, tra i principali obiettivi, la tutela dei diritti delle persone autistiche e con disturbi generalizzati dello sviluppo, tra cui quello a una vita libera e il più possibile indipendente, nel rispetto della dignità e del principio delle pari opportunità (<https://www.angsaumbria.org>).

Il lavoro ha coinvolto l'equipe multidisciplinare di Angsa Umbria e il team di Coop Centro Italia e ha previsto, in base a quanto definito dal Modello di Partecipazione (Beukelman e Mirenda, 1988), l'analisi delle barriere e delle opportunità di partecipazione legate all'attività "fare la spesa" all'interno di un ipermercato. La prima fase di valutazione ha fatto emergere la necessità di intervenire a vari livelli. Nello specifico, sono stati realizzati adattamenti ambientali, con la costruzione di strumenti in CAA per favorire l'orientamento all'interno del punto vendita, per sostenere la comprensione e per promuovere l'autonomia. Sono stati inoltre realizzati supporti con il linguaggio simbolico Arasaac (*Sergio Palao, Governo di Aragona, Licenza Creative Commons BY-NC-SA*) per favorire l'espressione dei bisogni, garantendo anche a persone con BCC la possibilità di fare richieste, di scegliere e, di conseguenza, di autodeterminarsi. Un ulteriore aspetto rilevante è stato la formazione del personale addetto alla vendita: infatti, vi è "accesso alla comunicazione quando le persone sono rispettose e disponibili nei confronti di soggetti con BCC e quando utilizzano strategie e risorse per supportare una comunicazione di successo" (Scope, 2013).

Il progetto

Il progetto nasce originariamente per rispondere ad alcuni bisogni, correlati ad attività di vita quotidiana, di giovani e adulti con diagnosi di disturbo dello spettro autistico e delle loro famiglie, utenza di riferimento della fondazione Angsa Umbria. Garantire la più ampia partecipazione sociale possibile non può prescindere dal coinvolgimento di enti, associazioni, esercizi commerciali presenti nella comunità. È stata quindi avviata una collaborazione tra l'equipe multidisciplinare della Fondazione e il gruppo Coop Centro Italia, nell'ambito dei lavori di ristrutturazione del punto vendita Ipercoop di Collestrada (PG), tra i mesi di Agosto e Ottobre 2024.

La prima fase del progetto ha previsto l'identificazione dei pattern di partecipazione e dei bisogni comunicativi nel contesto dell'ipermercato, dopo aver redatto un inventario delle attività da poter svolgere al suo interno. È stata poi compilata la Scheda di Rilevazione della Partecipazione (Blackstien – Adler, 2003) riportando, in riferimento all'utenza della Fondazione, il livello di indipendenza nello svolgimento delle singole attività e individuando i passaggi critici per la loro esecuzione (es: trovare un prodotto tra gli scaffali, rispettare le procedure al banco freschi e alle casse, esprimere i propri bisogni con partner familiari e non). Per ciascuna attività è stata evidenziata la necessità di avere assistenza verbale o fisica per portare a termine il compito, a causa della presenza di barriere di opportunità e di accesso. Le barriere di accesso, pur considerando le dovute differenze individuali, sono correlate alle difficoltà cognitive, di literacy e ai disordini senso-percettivi che possono presentarsi in persone con BCC (Beukelman e Mirenda, 2013). Le limitazioni nella partecipazione sono tuttavia ampiamente legate anche a barriere di opportunità, poste cioè da persone differenti rispetto a quelle con BCC. Oltre a quelle riconducibili alla possibilità di adattamento dell'ambiente (Castellano, 2019), si sono rilevate barriere di conoscenza, correlate a “una mancanza di informazioni, da parte dei facilitatori o di altre persone, che possono ridurre le opportunità di partecipazione” (Beukelman e Mirenda, 2013).

La prima fase valutativa è stata fondamentale per pianificare l'intervento, basato sul ricorso alla CAA al fine di costruire reali opportunità di partecipazione e di comunicazione all'interno del punto vendita oggetto di ristrutturazione. Gli strumenti e le strategie, pur essendo pensate per persone autistiche, possono essere utili per una popolazione più ampia ed eterogenea. Possono infatti trarre benefici dalla CAA persone con età e quadri clinici differenti, provenienti da diversi ambienti e con varie condizioni di vita (Verruggio et al., 2017).

Si è provveduto in primo luogo a ridurre le barriere di accesso attraverso adattamenti ambientali; nello specifico, è stata realizzata della cartellonistica utilizzando il set di simboli Arasaac (*Sergio Palao, Governo di Aragona, Licenza Creative Commons BY-NC-SA*), per identificare i vari reparti dell'ipermercato. L'etichettamento visivo, infatti, supporta la comprensione rendendo l'ambiente maggiormente informativo (Cafiero, 2005). Tali strumenti, insieme alla mappa orientativa del punto vendita, disponibile all'ingresso, favoriscono anche l'orientamento nello spazio, fornendo maggiore stabilità e controllo (Costantino, 2011) in un contesto in cui si possono sperimentare variazioni rispetto alle abitudini e imprevisti, spesso fonte di ansia e stress (Cafiero, 2005). Un ulteriore strumento a supporto della comprensione e della ricezione delle informazioni è rappresentato dalla cartellonistica che descrive le procedure da seguire al banco freschi e alla casse. L'utilizzo di strategie visive infatti può risultare utile per sopperire alla difficoltà di memoria procedurale a volte riscontrata nell'autismo (Caretto et al., ISAAC Italy, 2017). I supporti visivi favoriscono inoltre l'autonomia nello svolgimento delle diverse fasi necessarie alla corretta esecuzione di un compito, riducendo la dipendenza dagli aiuti e dalle indicazioni verbali (Mirenda e Santogrossi, 1985, Cafiero, 2001). È stata inoltre costruita una tabella simbolica di comunicazione contenente messaggi utili per le interazioni comunicative, al fine di garantire il diritto a partecipare come partner comunicativo in questo contesto di vita quotidiana (Carta dei diritti della Comunicazione, 1992). È stato scelto un vocabolario che consentisse di interagire durante l'attività specifica “fare la spesa” e che, al contempo, fosse semplice da utilizzare anche per partner di comunicazione occasionali. È fondamentale infatti che questi riescano a comprendere i messaggi trasmessi attraverso un sistema aumentativo e alternativo, fornendo in caso di bisogno il necessario supporto (Kent-Walsh e McNaughon, 2005). In particolare l'utilizzo del Social Network (Blackstone e Hunt Berg, 2003) ha evidenziato come all'interno dell'ipermercato persone con BCC abbiano la necessità di comunicare anche con partner non familiari (es: addetti alla vendita). Il progetto ha quindi previsto una giornata di formazione del personale, con l'obiettivo di fornire informazioni su come supportare la comunicazione (Blackston, 1999) e sulle funzioni dei vari strumenti di CAA introdotti nel punto vendita.

Tutti gli strumenti sono stati realizzati con i simboli Arasaac, scelti per il loro livello di trasparenza, che ha permesso di rappresentare i concetti necessari in una forma altamente iconica, e per la possibilità di accedere gratuitamente a tale set, *di proprietà del governo di Aragona e distribuito sotto Licenza Creative Commons*

Approfondimenti Scientifici in CAA; Francesca Menechini; Liana Crivella; 2025.

BY – NC – SA. Nella realizzazione grafica del materiale sono stati considerati alcuni elementi che possono facilitare la percezione visiva (Mercuri, Cioni e Fazzi, 2005), pur considerando che le eventuali difficoltà visive di persone con BCC sono molto variabili e andrebbero modulate per ogni situazione. Nello specifico, la cartellonistica è stata realizzata in bianco e nero e con contorni definiti per garantire un elevato contrasto (Costantino, 2011) e per favorire la percezione in un ambiente già ricco di stimoli come quello dell'ipermercato.



*Esempio di etichettamento e cartellonistica realizzati con simboli Arasaac
Autore dei pittogrammi: Sergio Palao .Origine: ARASAAC (<http://www.arasaac.org>). Licenza: CC (BY-NC-SA). Proprietario:
Governo di Aragona (Spagna).*

Conclusioni

Con il progetto descritto si è voluto intervenire su uno tra i luoghi considerati poco accessibili per le persone con BCC (Aiello, Castellano e Crivella, 2023), affrontando il tema dell'accessibilità come maggiore fruibilità dei beni e dei servizi offerti all'interno dell'ipermercato. Assicurare il diritto alla piena partecipazione alla vita sociale significa infatti garantire a qualsiasi soggetto, indipendentemente dalle proprie abilità psico-fisiche, il più autonomo svolgimento delle attività necessarie al soddisfacimento dei bisogni relazionali, lavorativi, ricreativi, ecc (Almici, Arengi e Camodeca, 2019).

Ciò richiede la progettazione di interventi che considerino soprattutto le caratteristiche dei diversi ambienti e spazi pubblici. L'accessibilità infatti non è una dimensione che riguarda il singolo ma deve essere valutata in relazione al contesto socio-culturale in cui ogni individuo è inserito.

Considerate tale premesse e dopo aver individuato le barriere di accesso e di opportunità, il progetto ha previsto l'adozione, all'interno dell'Ipercoop di Collestrada, di misure atte a garantire l'esercizio del diritto di richiedere, ricevere e comunicare informazioni in forme accessibili e senza costi aggiuntivi, in base a quanto sancito dall'articolo 21 della Convenzione Onu sui diritti delle persone con disabilità.

Sono stati quindi adottati strumenti di CAA che, grazie alla simbolizzazione del linguaggio, supporta la comprensione delle informazioni e dell'ambiente e la comunicazione espressiva. La Comunicazione Aumentativa Alternativa può rappresentare quindi uno strumento prezioso per sostenere le persone con BCC nello stabilire rapporti nella comunità (Light e McNaughton, 2014).

In associazione agli adattamenti ambientali, una parte del progetto è stata dedicata alla formazione del personale, fondamentale per promuovere il diritto di individui con BCC ad avere scambi con altre persone, a veder riconosciuti i propri atti comunicativi e, quindi, a "partecipare con gli stessi diritti di ogni altra persona ai contesti, interazioni e opportunità della vita di ogni giorno" (Carta dei Diritti della Comunicazione, 1992).

Si sottolinea come sia fondamentale misurare nel tempo l'eventuale incremento della partecipazione nel contesto specifico dell'ipermercato e in relazione ai pattern di attività da poter svolgere al suo interno. L'accessibilità infatti "deve essere intesa come un processo dinamico" che vede la società impegnata a ricercare continuamente soluzioni utili a innalzare la partecipazione sociale e, quindi, la qualità di vita (Almici, Arengi e Camodeca, 2019).

Bibliografia e sitografia

Aiello, F., Castellano, G., Crivella, L., (2023). *Progettare Accessibilità Comunicativa: criteri e priorità per costruire partecipazione attiva. Il punto di vista degli Stakeholder*. Scuola di Comunicazione Aumentativa Alternativa e Tecnologie Assistive, Studi e Approfondimenti Scientifici, disponibile all'indirizzo <https://www.scuolacaa.com/studi-e-approfondimenti-scientifici/>.

Almici, A., Arengi, A., Camodeca, R., (2019). *Il valore dell'accessibilità*. Franco Angeli

American Speech-Language-Hearing Association, (2004). *National Joint Committee for the communicative needs of persons with severe disabilities*.

Angsa Umbria, <https://www.angsaumbria.org/>.

Arasaac Centro Aragonese di Comunicazione Aumentativa Alternativa, <https://arasaac.org/>.

Beukelman, D.R., Mirinda, P. (2014). *Manuale di comunicazione aumentativa e alternativa: interventi per bambini e adulti con complessi bisogni comunicativi*. Edizioni Erickson Trento.

Blackstone, S.W., Hunt Berg, M., (2003) *Social Network*, rilevazione dei dati sulla comunicazione per persone con bisogni comunicativi complessi e i loro partner, Omega Edizioni.

Cafiero, J.M., (2009). *Comunicazione aumentativa e alternativa - Strumenti e strategie per l'autismo e i deficit di comunicazione*. Edizioni Erickson Trento.

Cardinaletti, A., (2022). *Accessibilità ai contenuti: strategie di comunicazione accessibile e di semplificazione linguistica in ambito culturale*. *Comunicare il patrimonio culturale*, Franco Angeli, disponibile all'indirizzo <https://series.francoangeli.it/index.php/oa/catalog/view/807/653/4708>.

Caretto, F., Castellano, G., Corradi, F., Damiani, M., Gasperini, M., Luciani, N. Veruggio, G., (2017). *CAA e CONDIZIONI DELLO SPETTRO DELL'AUTISMO*. ISAAC ITALY.

Castellano, G. (2019). *Comunicazione Aumentativa Alternativa e Tecnologie Assistive, Modelli di Riferimento, Strumenti, Esperienze*. Bologna, Helpicare.

Castellano, L., Favout, N., Favout, S., Peraldo, A., Veruggio G., Zenatti, A., (2024). *Aperti museo. Esperienze, teorie e pratiche di accessibilità comunicativa per i patrimoni culturali*. Vol. 2, Fond. Centro Cult. Valdese.

Corradi, F., Castellano, G., Luciani, N., Gasperini, M., Caretto, F. (2017). *PRINCIPI E PRATICHE in CAA*. ISAAC ITALY.

OMS Organizzazione Mondiale della Sanità, (2002), *ICF - Classificazione Internazionale del Funzionamento, della Disabilità e della Salute*, Edizioni Erickson Trento.

Scope Australia, (2013), *Communication for all*, <https://www.scopeaust.org.au/>.

Williams, M.B., Krezman, C., McNaughton, D., (2008). *"Reach for the stars": Five principles for the next 25 years*. *Augmentative and Alternative Communication*, 24 (3), 194-206, disponibile all'indirizzo https://bp-us-e1.wpmucdn.com/sites.psu.edu/dist/5/135916/files/2011/11/Williams_et_al_2008.pdf.

Approfondimenti Scientifici in CAA; Francesca Menechini; Liana Crivella; 2025.

Kent-Walsh, J., McNaughton, D., (2005). *Communication Partner Instruction in AAC: Present Practices and Future Directions*. *Augmentative and alternative communication*, 21(3):195–204, DOI:10.1080/07434610400006646.

Normativa di riferimento

Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità, (2009). Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, disponibile all'indirizzo <https://pninclusionione21-27.lavoro.gov.it/sites/default/files/2023-10/Convenzione%20ONU.pdf>.

Istituto Superiore di Sanità, (2023). Raccomandazioni della linea guida sulla diagnosi e sul trattamento del disturbo dello spettro autistico in bambini e adolescenti, disponibili all'indirizzo https://www.iss.it/documents/20126/8977108/Linea+Guida+ASD_bambini+e+adolescenti+2023.pdf.

National Joint Committee for the Communication Needs of Persons with Severe Disability, (1992, 2016). Carta dei diritti alla comunicazione, traduzione a cura del Servizio di Comunicazione Aumentativa e Alternativa del Centro Benedetta D'Intino di Milano, Chapter ISAAC Italy, disponibile all'indirizzo https://sostieni.benedettadintino.it/wp-content/uploads/2020/10/diritti_comunicazione.pdf.