

“UNIVERSIDAD SIGLO 21”



**“La indumentaria como herramienta de autonomía e inclusión
para personas con discapacidad visual”**

**“Clothing as tool of autonomy and inclusion for people with visual
disabilities”**

Trabajo final de grado: Manuscrito Científico

Diseño de Indumentaria y Textil

CASAS, ANA MARÍA

Legajo IND0192

Tutora: Cubeiro, Anna

Córdoba, 2021

Dedicatoria y agradecimientos

A mi familia, por el apoyo incondicional en esta etapa de mi vida. Me acompañaron y motivaron durante toda mi carrera, sosteniéndome en los momentos más difíciles y celebrando conmigo los logros.

A mis amigos por estar siempre a mi lado alentándome en cada momento.

A las personas que accedieron a realizar la entrevista, sin ellas no hubiera sido posible el análisis y la investigación.

A las profesoras que me acompañaron durante todo el proceso, haciendo sus observaciones con paciencia y generosidad para lograr mejoras en cada entrega.

A Lucas, por estar presente en todo el proceso.

Sin todas esas personas tan especiales, este camino hubiera sido más difícil.
¡Muchas gracias a todos!

Ana María Casas

Resumen

El presente trabajo final de grado se llevó adelante desde la disciplina del diseño de indumentaria con el propósito de aportar un sentido social e inclusivo al trabajo de estos profesionales, tomando como objeto de estudio a las personas con discapacidad visual, particularmente individuos de la ciudad de Córdoba entre 29 y 45 años que presenten alguna de las características de reducción parcial o total de su sentido visual. Para esto se llevó a cabo un relevamiento de alcance descriptivo y de enfoque cualitativo, tomando una muestra de 7 participantes a los que se entrevistó. Indagando de esta manera 3 dimensiones: las necesidades que se les presentan como consumidores y usuarios de indumentaria, sus creencias respecto a las prendas como elementos de desarrollo identitario social, y finalmente sus preferencias, dando así un trabajo reflexivo sobre el comportamiento de estas personas frente a la compra y uso de la indumentaria. Como conclusiones se advierten factores tales como una carencia por parte de las actuales propuestas de indumentaria de la ciudad de Córdoba referidas a cómo satisfacer necesidades de funcionalidad, y siendo en algunas ocasiones, débiles en cuanto al concepto y simbolización que proyectan.

Palabras claves: discapacidad visual, indumentaria, autonomía, inclusión social.

Abstract

The present final degree project was carried forward from the discipline of fashion design, to add social and inclusive meaning to the work of these professionals, having as object of study visually impaired people, particularly individuals from Cordoba city between ages 29 to 45 that present some characteristic of partial or total reduction in their sense of sight. Therefore, a survey with a descriptive scope and a qualitative approach was carried out, taking a sample of 7 participants who were interviewed. Investigating in this way 3 dimensions: the necessities they have as fashion consumers and users, their beliefs regarding clothes as elements of social identity development, and finally their preferences, thereby producing a work reflecting in these people's behaviour with regards to the purchase and use of fashion. In the conclusions, factors such as a lack in the current proposals about how to satisfy the necessities wrapped in functionality and being on some occasions, weak in terms of the concept and symbolization that they project.

Keywords: visual disability, fashion, autonomy, social inclusion.

Índice

Introducción.....	4
Métodos	17
Diseño	17
Participantes.....	17
Instrumentos.....	17
Análisis de datos	18
Resultados	20
Discusión.....	27
Referencias	40
Anexos.....	43

Índice de imágenes y tablas

Ilustración 1: Diferentes grados de discapacidad visual.	8
Ilustración 2: Hoja n°7 del catálogo primavera-verano 20/21	13
Ilustración 3: Remera Suhan musculosa de jean, con recortes oblicuos en el pecho, espalda y laterales.	14
Ilustración 4: Remera con recortes y estrella en el frente.	15

Introducción

Desde la perspectiva de la disciplina del diseño de indumentaria, son diversos los campos de intervención en los que se puede aplicar y desarrollar el aporte profesional. En esta oportunidad, el trabajo se desenvuelve sobre un plano reflexivo. A partir de la investigación alusiva al diseño adaptado al usuario, se busca comprender cuales son las esferas y plataformas en las que se pueden llevar adelante diferentes propuestas. Un aporte valioso, debe ser comercialmente sustentable y rentable, a la vez que genere un valor agregado hacia la sociedad. Diseñar teniendo en cuenta las necesidades de un grupo de usuarios, es parte de una propuesta de valor social. Este trabajo final de grado busca generar reflexión sobre el rol de la indumentaria desde una perspectiva sociológica. En este trabajo se tomó como segmento específico a las personas de entre 29 a 45 años, de la ciudad de Córdoba, con discapacidad visual. Siendo este grupo de individuos el disparador para inspirar una investigación que permita aportar reflexiones sobre el rol del diseño de indumentaria en la vida cotidiana de las personas del sector investigado.

Es de esta manera que se plantea como problema de investigación y que impulsa a la reflexión el siguiente interrogante: ¿En qué se puede contribuir desde el diseño de indumentaria a la inclusión de personas con discapacidad visual?

Esta pregunta inicial, tiene ramificaciones que buscan promover un sentido crítico y constructivo de la propia disciplina, a los fines de identificar el aporte social y la responsabilidad profesional que pueda atribuírsele. Esta área del conocimiento ha sido sistematizada hace relativamente poco, respecto a otras disciplinas o áreas científicas. Un punto de reflexión, es: ¿para qué es importante tener diseñadores de indumentaria formados para atender diferentes necesidades, de diferentes grupos de personas? Se reflexiona sobre el aporte que los profesionales del diseño de indumentaria pueden hacer a la comunidad y la importancia de ser inclusivos con todos los miembros de una comunidad.

Ahora bien, según Papanek (2014) es importante considerar la disyuntiva entre la funcionalidad y lo estético, como así también lo artístico en la perspectiva del diseño, aspectos que ponen de manifiesto el verdadero trasfondo del aporte del diseñador. Siguiendo esta línea, Papanek (2014) refiere a conceptualizar lo artístico y lo estético

como un elemento inherente a la funcionalidad y como tal, no es posible pensar que la satisfacción de necesidades funcionales es suficiente. Es allí donde menciona lo «significativo» como un concepto que no puede ser interpretado de manera superficial, sino más bien, considerar a todos estos elementos como parte de la función y la responsabilidad del diseñador. Este autor permite entonces darle mayor sentido a la pregunta problema de este trabajo.

En ese contexto, Prado Adarme y Ramírez Londoño (2018) explican que el acto de vestir puede ser entendido como expresión. La formación de una imagen visual les posibilita a los individuos, a través de las prendas de vestir, la toma de decisión sobre aquellas configuraciones con las que puedan incorporarse e integrarse en la comunidad. Siguiendo las pautas, constituciones de tramas y parámetros sociales de un grupo mayoritario, en donde las herramientas no se encuentran claramente definidas y explicitadas de forma universal para el alcance de todos. Es decir, las autoras Prado Adarme y Ramírez Londoño (2018) en su investigación reflexionan acerca de la limitación que experimenta cierto grupo de personas por no encontrarse dentro de los parámetros universales a los que responden los diseñadores de indumentaria sobre un grupo mayoritario.

Concretamente, este colectivo, al carecer del sentido de la vista, o tenerlo muy disminuido, se posiciona sobre una realidad limitada. Es preciso buscar alternativas, nuevas herramientas y estrategias que le permitan a esta minoría experimentar situaciones de compra, contacto directo con productos que puedan satisfacer sus necesidades, con la libertad de poder elegir y construir su imagen, facilitando de esa manera, su independencia. Además, es crucial reconocer lo que Ortiz, Ortiz (2011) explica como las limitaciones que experimentan estas personas, siendo individuos que en general tienen dificultades para confiar en su propia perspectiva, impidiendo darle validez a la realización de actividades cotidianas y es allí donde el grupo familiar y los allegados deben concentrarse en la búsqueda de elementos, o como bien se decía anteriormente, alternativas para colaborar en gestar ese espacio de autonomía tan necesario para la auto-satisfacción, auto-realización e integración social.

En ese marco, se precisa abastecerse de información técnica pertinente, es decir, de componentes disparadores que orienten el comportamiento y los movimientos de estas personas, potenciando lo más que se pueda la independencia. Disminuyendo

aquellas actitudes de sobreprotección que en muchos casos resquebrajan el sentido de identificación y la sensación de seguridad de la propia persona.

En el entramado de los mercados y en el conjunto de los individuos que conforman las sociedades pueden identificarse diversas categorías y al mismo tiempo escalafones: sociales e individuales; etnias; grupos etarios y aspectos culturales. A la vez atributos característicos y genuinos que conforman la identidad de un individuo. En estos rasgos no solamente aparecen aquellos elementos intencionales sino también aquellos que, por su naturaleza, pueden ser disfunciones que van conformando la vida de una persona. Eso es justamente lo que experimentan los individuos con una cierta pérdida de su capacidad visual. Vélez, define a la discapacidad visual como “una característica de personas que se encuentran impedidas parcial o totalmente de su capacidad para percibir con los ojos, lo cual representa un factor limitante en la ejecución de tareas ordinarias de la vida. Se distingue entre ceguera real, ceguera legal y baja visión, ya que presentan características y necesidades específicas” (Vélez, 2016 p. 2)

Ahora bien, es importante poder diferenciar entre aquellas personas con visión reducida y las no videntes. Según Cardona Gómez (2017), la discapacidad visual es un concepto que aglutina una diversidad de patologías visuales que afectan de forma grave el organismo de la persona y que lleva a la ceguera total o a la deficiencia visual en sus diversos niveles de desprendimiento y disminución de la capacidad de observación.

En ese marco, la ceguera es una característica de aquellos individuos que no poseen la capacidad de visualizar en lo absoluto y que además no cuentan con la competencia para discernir entre lo claro y lo oscuro, es decir, poder percibir la luz y la oscuridad. Esta discapacidad termina siendo una afección que imposibilita la visión para que una persona pueda adquirir conocimiento y desplegarlo en la socialización integrándose a la comunidad. En complemento, Grindey (2015) expresa que la persona con dicha afección: “(...) se encuentra impedida parcial o totalmente de su capacidad para percibir con los ojos, lo cual representa un factor limitante en la ejecución de tareas ordinarias de la vida” (Grindey citado por Vélez, 2016, p. 14).

Ahora bien, además de estas disfunciones sensoriales, también deben considerarse los obstáculos que esta limitación generan en sus vidas sociales, según Ortiz, Ortiz (2011) la percepción y la expectativa de las personas, son un factor que

inciden de manera directa en la motivación para realizar tareas, y predisponerse a la socialización, y allí la discapacidad visual termina alterando la forma de visualizar el mundo que los rodea y también la propia auto-percepción, generando, en muchos casos, un escenario negativo (desajuste) (aunque cabe aclarar que es una generalización de la perspectiva) y esto trae a colación la apatía para desenvolverse frente a diversas situaciones, sin el hecho satisfactorio que constituye un factor de primer orden para establecer la autonomía y la independencia.

Con respecto a la visión reducida, se hace referencia a que la persona llega a tener en proporción cierta capacidad para distinguir o percibir objetos con un alcance medianamente situado a su proximidad ya sea en una posición enfrentada, a un costado, por encima o debajo de sus propios ojos. La diferencia concreta entre aquellos que tienen déficit visual y aquellos que experimentan una ceguera absoluta es que los primeros, tienen cierta capacidad para poder distinguir, en algunos sentidos, objetos que se encuentran meramente al alcance de la posición de sus ojos. Al contrario a los otros, que como bien se dijo anteriormente, no son capaces de poder distinguir entre la claridad y la oscuridad.

Más allá de todas las investigaciones y redefiniciones que se han realizado desde las distintas disciplinas sobre las personas con discapacidad visual, debe hacerse hincapié en la capacidad sensorial de este grupo, que al verse privadas en todo o en parte de la posibilidad de ver, desarrollan más los otros sentidos.

El diseño de indumentaria trabaja, como bien decía Ratcliffe, M. (2014), estimulando los sentidos de las personas. Según Schiffman y Kanunk (2010), el sentido que una persona le da a los estímulos del exterior, logra conformarse a partir del proceso representacional y de percepción que implica la interacción entre la capacidad cognitiva, emotiva y conductual de un individuo.

Estas tres dimensiones son parte de un sistema que va conformándose de acuerdo a la estimulación que se recibe desde el exterior en cuanto a información y que, en su lógica funcional, se articula buscando en primera instancia el nivel cognitivo; es decir, generando información contra información desde afuera. Luego, activando la faceta emotiva y las sensaciones en las personas para finalmente tramitar el proceso conductual (acción y comportamiento) al que se ve expuesta la propia persona.

En resumen, lo que los autores quieren expresar es que el proceso representacional es la conjunción de tres subsistemas que se activan a partir de la proyección e introspección de elementos que vienen desde la comunicación a partir de los estímulos del exterior y que en primer lugar se gesta toda una construcción de ideas que luego pasan a las emociones para finalmente desencadenar en las acciones.

Por otro lado, Moscovici, citado en Araya Umaña (2002), explica cómo la conjunción de conocimientos, creencias, expectativas, estereotipos y actitudes llevan al individuo a pensar, reflexionar y actuar.

Teniendo en cuenta estos fundamentos conceptuales es que se define entonces a la percepción como un mecanismo global que implica procesamiento de información, generación de sentimientos y sensaciones para finalmente articular la conducta de una persona, es decir su comportamiento.

Ilustración 1: Diferentes grados de discapacidad visual.

Denominación de Usuario					
Discapacidad	Invidente	Ceguera (ciego)	Discapacidad visual	Baja visión	Minusvalía visual
Se reconoce a la persona con discapacidad como un ser humano con una característica distinta. Pero, siendo diferente, es igual frente al resto de ciudadanos respecto a sus derechos y deberes. ²	"Persona que se encuentra privada del sentido de la vista". ³	Pérdida total de visión. Funcionalmente, se utilizan habilidades para sustituirla. ⁴	"Son personas que presentan alguna deficiencia en el sentido de la vista. Las personas con discapacidad visual afrontan problemas para: Identificar espacios y objetos, determinar y seguir direcciones, obtener información escrita, detectar obstáculos que impidan su desplazamiento, imposibilidad de registrar información visual". <i>Glosario de términos sobre discapacidad</i> ⁵	Grado menor de pérdida. Se optimiza el funcionamiento visual utilizando productos de apoyo. ⁶	Barreras para la participación social. En la actualidad, tanto por los desarrollos legislativos como por el propio significado peyorativo del término, la tendencia es dejar de utilizarlo. ⁷

Tabla 1: Diferentes grados de discapacidad visual.

Fuente: Prado Adarme y Ramírez Londoño (2018, p. 10)

En ese marco, el trabajo del diseñador se vuelve, no solamente un elemento de apuesta comercial, sino también de intervención social en la que debe afianzar sus capacidades de propuesta para colaborar en la toma de decisiones, en la relación con los

productos, el mercado y los espacios en general de socialización impulsando de esta forma la participación autónoma y la inclusión de las personas con esta discapacidad en los medios en los que puedan movilizarse (Prado Adarme y Ramírez Londoño, 2018).

Además no debe olvidarse la trascendencia de la indumentaria en el plano social, según Bell (Cit. por Entwistle, 2002), las prendas bien elegidas terminan convirtiéndose en un recurso que posibilita la inclusión y evita la censura social, aspecto fundamental para cualquier persona, y más aún para aquellos individuos con una discapacidad que trae consigo un factor de configuración de estereotipos, donde el hecho de la discriminación, apatía y rechazo están latentes.

De esta manera, se advierte que el diseñador de indumentaria ha tomado una nueva función, que no solo se remite al hecho remoto de sus inicios de cubrir el cuerpo de las personas. Como bien lo explica Sandra Hena Melchor (2007), la indumentaria se ha convertido con el paso del tiempo en un signo diferenciador y comunicador social, ya que posibilita la codificación y la articulación de ideas para socializar y desenvolverse en un entorno. Es así que los individuos pueden ser portadores de significaciones que van mostrando la expresividad de una clase social, cultural, profesional, preferencias personales, expectativas y ser un canalizador de la integración en comunidad.

Estas ideas, tanto de Hena Melchor como de Prado Adarme y Ramírez Londoño (2018), van generando una nueva postura, sobre todo, en el siglo XXI de aquellos componentes sociales y de responsabilidad comunitaria en los que los diseñadores de indumentaria deben comenzar a preocuparse.

Como antecedente principal de este trabajo se hace referencia a Morel y Villalobos (2011) quienes toman a las personas con discapacidad visual como objeto de estudio en su investigación. Las autoras describen que éstas necesitan llevar adelante el abordaje de la auto-realización y, en ese marco, explican que la estructuración de la identidad es esencial en la condición humana. Por otro lado, relatan que las personas con visión reducida o nula, no logran vincular las diversas relaciones entre varios elementos: por ejemplo, los biológicos; físicos; ambientales; sociales y familiares.

En ese sentido, el diseño de indumentaria puede ayudar a que estas personas logren re significar su identidad, posicionándose desde un lugar distinto, a partir del

cual, el aprendizaje de técnicas y estrategias de autovalidación, lleven a un éxito de involucramiento social.

Otro factor además de la autovalidación y la auto-percepción de la identidad es lo que Ceballos (2016) explica como la percepción, que remite a la extracción y uso de datos sobre el contexto. Es decir aquellos elementos de exterocepción y el propio cuerpo que vendría a formar parte de la interocepción. Estos dos conceptos mencionados por Ceballos (2016) generan en el individuo experiencias y creencias que van estableciéndose de manera flexible y dinámica pero no mecánica. Es un proceso de configuración cognitiva, sensorial y actitudinal que registra pasivamente los estímulos del exterior, para luego generar una toma de decisiones que lleva a la persona a establecer un cierto comportamiento. Esta reflexión de Ceballos (2016) no fue pensada para personas con discapacidad visual, por lo que no puede aplicarse.

Este grupo de gente no tienen la misma capacidad para auto percibirse y al mismo tiempo para generar la percepción del entorno, que las personas sin esta condición. En ese escenario es imprescindible un trabajo de anclaje donde la gestión de la indumentaria puede ser un elemento que se complemente a esta necesidad y de pie a una solución efectiva.

Si se toman las ideas de impresiones sensoriales, que es otro aporte realizado por la investigación de Ceballos (2016), se puede entender que las mismas no son experiencias aisladas sino que van encastrándose y conformando un conjunto de sensaciones y vivencias, que son determinantes para la socialización y el desenvolvimiento de las personas. En ese orden, la representación de una secuencia mental le permite al individuo organizar los estímulos sensoriales más allá de su diversidad.

Ahora bien, la persona con discapacidad visual tiene una forma diferente de jerarquizar para poder incorporar de forma ágil, simultánea e inmediata cada uno de estos estímulos. Por lo tanto, cuanto mayor sea la mediación e intervención de elementos que colaboren en este propósito, mejor y más viable será su gestación de integración y socialización.

En complemento a lo descrito por Ceballos (2016) Sorondo y Núñez de la Rosa (2015) refieren a la cotidianeidad de las cosas, en donde las personas con una

capacidad visual completa, no son conscientes del valor que tienen las rutinas a las que habitualmente van anclando sus formas de vivir. Si bien estos individuos las saben esenciales y estructurantes, no dimensionan su significado, dándolo por sentado.

En las personas con discapacidad visual, se hacen mucho más indispensables y agudas para su funcionamiento fluido e independiente. Esta reflexión esgrimida por Sorondo y Núñez de la Rosa (2015) es reflejada a partir de resaltar la imprevisibilidad con la que el individuo con discapacidad visual se moviliza y se le convierte cada instancia en una gran desafío. Aquello mencionado por Ceballos (2016) respecto a contar con elementos externos que posibiliten su desenvolvimiento, cobra un mayor sentido. Al respecto Sorondo y Núñez de la Rosa (2015), hablan del hecho de vestirse y desvestirse como una situación cotidiana, pero que en el marco de una discapacidad, sobre todo visual o motora, se gesta de una forma mucho más contundente y posiciona al individuo en un espacio de inferioridad y de auto percepción negativa.

Más allá de estas limitaciones, García (2010) explica que se vuelve aún más importante presentarle a los discapacitados visuales alternativas que potencien el resto de sus sentidos. Si bien la vista es uno de los factores de mayor filtro perceptivo, al carecer de esta facultad, o tenerla disminuida, se disparan una serie de capacidades compensatorias, en los seres humanos. Desarrollan otros filtros de introspección, pudiendo la mente privilegiar las vías de entrada que pueda administrar y que le quedan como reserva.

Estas vías de entrada, son las que normalmente, están en un segundo plano ante la intensidad y precisión de aquello que le ofrece la visualidad intacta. Con esto, García (2010) refuerza el propósito de brindar herramientas desde la indumentaria, su diseño y confección, que satisfaga la estimulación para orientar el comportamiento de la persona con discapacidad visual.

En ese mismo plano, García responsabiliza no solo a la limitación orgánica de la persona sino también a la falta de herramientas y propuestas que presenta la sociedad como limitación, ya que no concibe servicios adaptados y apropiados para garantizar que las necesidades y requerimientos de estos individuos sean abordados de una forma eficiente integrados a la organización social. De esta manera la autora concluye que es un hecho prácticamente intencional el de negar el aspecto individual de la discapacidad enmarcado en toda una disfunción del contexto social.

Estas limitaciones promulgadas por el contexto social son abordadas filosófica y culturalmente por distintos modelos, que conceptualizan a los individuos de acuerdo a las capacidades que presentan para brindarse en comunidad.

En el trabajo de Toboso Martín y Arnau Ripollés (2008) se exponen las perspectivas de presidencia, el modelo rehabilitador y el modelo social. Estos son paradigmas conceptuales que analizan el fenómeno de la discapacidad en donde los dos últimos (rehabilitador y social) muestran aspectos de mayor resiliencia y flexibilidad. En las tendencias modernas, puede configurarse un cuarto modelo, el de la diversidad. Las personas tienen un pre concepto de valor establecido en igualdad de condiciones independientemente de sus capacidades o discapacidades y en ese sentido logran incorporar garantías sobre sus derechos como humanos.

Sobre este aspecto, si bien el diseño de indumentaria es una disciplina que trabaja a partir de la creación de vestimenta, su trascendencia no puede situarse y limitarse al hecho funcional de dicha acción, sino que debe apalancarse sobre su proyección social. Debido a que la creación de elementos, como la ropa le dan a la persona un sentido orientativo identificatorio y de integración que posibilita un anclaje sobre las bases sociales y culturales. Allí Cardona Gómez (2017) refiere a la función del objeto prenda como un hecho simbiótico entre el usuario y dicho objeto, relacionándolo con funcionalidad, la comodidad, la auto-percepción y la proyección de la integración.

Desde la profesión de diseñador de indumentaria, se puede contribuir a la libertad de las personas, con cualquier tipo de discapacidad para elegir qué imagen quieren proyectar, pudiendo reflejar sus gustos y personalidad, otorgándoles independencia y mejorando su auto-percepción.

En el caso de las personas con discapacidad visual, el profesional diseñador de indumentaria debe ser capaz de hacer un trabajo integral, orientando al cliente para que pueda satisfacer sus necesidades de vestimenta y a su vez, expresarse por medio de la indumentaria.

Dentro de lo que es el contexto de las personas con discapacidad visual se advierte que los jóvenes de entre 29 y 45 son un segmento específico y pertinente a los propósitos de la disciplina del diseño de indumentaria ya que a partir de las reflexiones que pudiesen extraerse de sus manifestaciones, se podrán generar tendencias y nuevas

modalidades de intervención en individuos que se encuentran en una instancia de crecimiento y desarrollo personal.

En los siguientes párrafos se hace referencia a un relevamiento de marcas, empezando por la ciudad de Córdoba, y otras a nivel latinoamericano.

Pako Peko es una marca de indumentaria cordobesa que se dedica a la producción de ropa para bebés, niños y adolescentes para comercializar en todo el país a través de la venta online. Nació en el 2008 como proyecto de Julia, su fundadora. Tiene un catálogo amplio y una propuesta innovadora e inclusiva como por ejemplo prendas con inscripciones en braille, o estampas con lenguaje de señas, entre otras.

Ilustración 2: Hoja n°7 del catálogo primavera-verano 20/21



Fuente: sitio oficial de Pako Peko.

Sónar es una marca de indumentaria creada por María Sol Ungar. Esta marca está dirigida exclusivamente a personas con discapacidad visual,

Sónar “*está pensado para que las personas con discapacidad visual se puedan vestir solas, es decir elegir lo que se ponen sin necesidad de otra persona que los ayude. En la etiqueta también explicamos en Braille cómo se cuida la prenda*”. (Revista digital Rio Negro, 2018, p. 4)

Ilustración 3: Remera Suhan musculosa de jean, con recortes oblicuos en el pecho, espalda y laterales.



Fuente: página oficial de Sónar, (2017)

Proyecto para la universidad Ibero, ceguera y baja visión para niños.

Las alumnas Tejeda Vázquez y Martínez Sánchez (2016) trabajaron en un proyecto para la universidad Ibero, México, en el que crearon prendas adaptadas para niños de entre 4 a 6 años con ceguera o disminución en la visión, las mismas aportan autonomía a través de unos parches que se colocan en las prendas con tecnología que vibra o suena una alarma cuando el objeto se encuentra a cierta distancia, esto les facilita el desplazamiento sin la necesidad de utilizar el bastón. A su vez, estos parches

pueden ser utilizados como juegos didácticos ya que poseen variadas formas como estrellas, cohetes, entre otros.

Ilustración 4: Remera con recortes y estrella en el frente.



Fuente: Tejeda Vázquez, Martínez Sánchez en página oficial de fan page de la universidad de Ibero (2016)

Luego de haber descrito los distintos antecedentes, se advierten aspectos en común donde los diseñadores que llevan adelante sus propuestas innovadoras: se enfocan en potenciar la capacidad promedio que tiene la persona con visión reducida apoyándose fundamentalmente en los materiales, y en aspectos como la sonoridad y la estimulación al tacto.

Desde las cualidades y características de las prendas, en cuanto al material y al roce/contacto que puede experimentar el consumidor, es a partir de lo que estos profesionales buscan colaborar en la atenuación de su limitación por su visión reducida.

También se aprecia que en algunos casos han utilizado tecnología que trasciende el propio diseño de indumentaria como el sonido o la vibración incluidos en las prendas.

Es así que luego de haber reflexionado sobre las diversas variables, en donde el comportamiento de los individuos con discapacidad visual se centra como el eje principal entendido a este como bien lo definían los distintos autores presentados, como la consecuencia de la percepción y de las conjeturas que los individuos generan para luego establecer una actitud, y de esa forma una conducta, sustentada por el hecho de identificar y administrar las necesidades, sus creencias, tanto a nivel personal como social y finalmente las preferencias que impulsan a estas personas a tomar contacto con el mundo de la indumentaria.

A continuación se describen, considerando los conceptos anteriormente descritos, los objetivos, tanto el general como los específicos que orientan la estructuración de este trabajo de investigación.

- Analizar el comportamiento de las personas con discapacidad visual de 29 a 45 años, de Córdoba capital, en relación con el uso y la compra de indumentaria, considerando como indicadores sus necesidades, creencias y preferencias en el marco del año 2020.

De este objetivo general, se desprenden los siguientes objetivos específicos:

- Contextualizar y describir las características demográficas y las actividades que realizan las personas con discapacidad visual, de 29 a 45 años de la ciudad de Córdoba.
- Identificar las necesidades, que poseen las personas de 29 a 45 años de la ciudad de Córdoba con discapacidad visual respecto al uso de indumentaria.
- Identificar las creencias que poseen las personas con discapacidad visual respecto al aporte que puede generarle la indumentaria al desarrollo de su propia identidad como persona, tanto a nivel personal, como forma de integración social.
- Describir las preferencias que tienen las personas con discapacidad visual vinculadas a la estética y funcionalidad, respecto al uso y compra de prendas de indumentaria que les permitan desarrollarse como miembros de la sociedad.

Métodos

Diseño

Se planteó un diseño no experimental, de manera transversal, entrevistando a personas con discapacidad visual de distinto grado, entre 29 y 45 años de edad, por un período de dos meses. Las entrevistas se hicieron mediante la plataforma ZOOM, debido a las restricciones imperantes en el país por la pandemia de COVID-19.

En lo que refiere al alcance, esta investigación fue de tipo descriptiva, ya que se abordó una temática como es la de la discapacidad visual en el marco del diseño de indumentaria. Permitió a la investigadora acercarse y tomar un contacto con la realidad de investigación pudiendo establecer caracterizaciones, clasificaciones y un entendimiento de lo que se planteó en los objetivos de indagación.

Se utilizaron técnicas e instrumentos propios del enfoque cualitativo. Se hicieron entrevistas virtuales y a partir de allí se generó una instancia de interpretación e inferencias cualitativas, trascendiendo al hecho de la cuantificación.

Participantes

La población objeto de estudio se encuentra conformada por personas con discapacidad visual en el rango de 29 a 45 años de la ciudad de Córdoba. La muestra estuvo conformada por una totalidad de 7 participantes, que fue seleccionada a partir de un criterio muestral no probabilístico intencional, comprendiendo personas con diferentes grados de discapacidad visual, hasta la ceguera total. Se hizo a partir de la técnica “bola de nieve”. A medida que se fueron consiguiendo contactos de personas que quisieran participar, se los entrevistó con su consentimiento informado. Esto se generó de esa forma a partir de la dificultad y las limitaciones temporales y espaciales que llevaron a la investigadora a acceder a aquellos casos de mayor accesibilidad, buscando la viabilidad, la ejecución y el cumplimiento de los objetivos de indagación.

Instrumentos

Para el abordaje de los 7 casos que fueron descriptos en la muestra se empleó como técnica de relevamiento la entrevista en profundidad, generando de esta forma una

instancia de conversación con los participantes a través de una guía de pautas (instrumento de relevamiento). En este trabajo cumplió un rol fundamental la tecnología, debido a las restricciones por la pandemia anteriormente mencionada.

La entrevista en profundidad posibilitó un acercamiento y la materialización del enfoque cualitativo que fue establecido como uno de los propósitos de esta investigación.

Análisis de datos

Luego de haber establecido el relevamiento de información se procedió a sistematizar y procesar los datos. Para ello, se confeccionó una tabla de doble entrada configurada por la guía de pautas y las manifestaciones de los 7 participantes. Allí se transcribieron las enunciaciones dadas por cada uno de ellos y luego se identificaron los denominadores comunes en cuanto a las categorías de análisis buscadas, pudiendo contrastar y comparar sus respuestas y, a partir de ahí, generar las inferencias y conclusiones necesarias para dar respuesta y reflexión a los propósitos de investigación.

Ficha n° 1: Resumen de Métodos.

Diseño	Descriptivo
Enfoque	Cualitativo
Técnica	Entrevista
Instrumento	Guía de pautas
Población	Personas con discapacidad visual entre 29 y 45 años de la ciudad de Córdoba
Muestra	7 participantes.
Criterio muestral	No probabilístico intencional.

Guía de pautas

Categoría de análisis 1: contextualización y descripción de las características de las personas con discapacidad visual

- 1.1 Edad en la que se le manifestó la discapacidad y cuál fue su causa
- 1.2 Vive solo o acompañado
- 1.3 Actividades y rutinas diarias

Categoría 2: Creencia de la importancia de la indumentaria o el vestir en el desarrollo de su persona y en su integración social

- 2.1 Creencia sobre el aporte de la indumentaria al desarrollo de la identidad personal
- 2.2 Comprensión de la indumentaria como medio de expresión o comunicación.
- 2.3 Importancia que se le asigna a la vestimenta a la hora de vincularse en sociedad.

Categoría de análisis 3: Preferencias en el diseño de prendas

- 3.1 Elección de la ropa.
- 3.2 Tipologías que faciliten el momento del vestir y cuáles no.
- 3.3 Importancia en la elección del color y textura de las prendas que elige.
- 3.4 Necesidades funcionales específicas de las prendas.

Categoría de análisis 4: El vestir como actividad cotidiana.

- 4.1 Frecuencia y modalidad de compra.
- 4.2 Experiencia de compra.
- 4.3 Dificultades el momento de compra.
- 4.4 Métodos utilizados para organizar la ropa y combinarla cotidianamente

Categoría de análisis 5: Impacto social.

- 5.1 Prejuicios percibidos en la sociedad.
- 5.2 Obstáculos para integrarse socialmente.
- 5.3 Opinión acerca de estudios sobre inclusión y discapacidad aplicados al diseño
- 5.4 Conocimiento acerca de establecimientos que trabajen la indumentaria adaptada.
- 5.5 Propuestas pertinentes para brindar autonomía a las personas con discapacidad visual desde la indumentaria.

Resultados

El grupo de personas que se entrevistaron, se compone de 4 varones de entre 30 y 35 años y 3 mujeres de entre 29 y 41 años. Una de las mujeres, que tiene baja visión, vive sola. Los demás viven en sus contextos familiares. En algunos casos, con sus padres, y en otros con sus cónyuges e hijos. Todos trabajan y/o estudian.

Con respecto a la categoría de análisis referida a las necesidades, en la descripción de sus expresiones se pudieron definir tres tipologías generales que refieren a dichas necesidades. Por un lado, la necesidad funcional de organizarse, luego la de orientarse y finalmente la de experimentar cierta autorrealización o satisfacción. Como bien se puede advertir, estas necesidades se encuentran bajo una lógica asociada, donde a medida que logran abordar una de estas necesidades, van evolucionando hacia la siguiente, llegando a su satisfacción considerando sus deseos.

Dentro de las necesidades de organización, 6 de los entrevistados, expresaron requerir una distribución de espacios al momento de experimentar la situación de compra; este término hace referencia a que, en el momento de la adquisición de la indumentaria, es preciso poder distinguir entre aquella indumentaria de temporada, o aquella que presenta determinadas características, detalles o tipologías propias de su estilo.

Ahora bien, esta distribución, se torna disfuncional a lo que verdaderamente es el requerimiento de las personas con discapacidad visual, ya que describen necesitar un contraste funcional y no conceptual. La diferenciación entre temporada es más bien una abstracción que se refiere, en palabras propias de los participantes, a un hecho de diseño y no a un apoyo que les permita reconocer y organizar la forma de llevar adelante el momento de elección de indumentaria. Un caso puntual fue el de la participante n° 1 quien expresaba lo siguiente:

Otra problemática que tengo es la dispersión de las prendas, por ejemplo, hay locales que tienen distinguido entre, no sé, lo nuevo y lo viejo, eh, vieja estación nueva estación y hay otros que tienen todo disperso,

entonces necesito como que... por eso voy siempre a los mismos locales [...] necesito saber bien, bueno ahí están las remeras nuevas, allá están los shorts, allá están los pantalones, o sea así, necesito que me orienten [...] la gente no piensa enteramente o no piensa en las personas con discapacidad cuando arma o crea algo, y a veces se piensa mucho en la estética y la estética no siempre es accesible, a veces por ejemplo hay locales que tienen no sé, una cosa de vidrio que es sumamente transparente, y yo como soy, pum, me la llevo puesta"...es como que yo creo que la gente piensa mucho en la estética y mucho en el marketing y mucho en algunas cosas, por ejemplo también en los posteos, se piensa mucho en la identidad de marca, en las redes sociales y por eso manejan por ejemplo siempre 3, 4 colores pero a veces por eso se deja afuera a grupos como el de las personas con discapacidad que no pueden acceder al contenido si no hay un alto contraste" (Participante 1, 9/10/2020)

En ese mismo sentido, la necesidad de organización también ha sido descripta no solo en la instancia de la compra, sino también en sus propios hogares donde es importante referenciar a la clasificación de la indumentaria. Ahora bien, el hecho se encuentra en la complementariedad que puedan llegar a tener estas personas en el acompañamiento de un familiar, de un amigo o alguien que pueda colaborar en dicha organización.

Otro de los casos que puede ser descripto como simbólico, es el de el participante n° 3, quien se refiere a su organización en el placar, que cuenta con la perspectiva de su mamá quien le indica cuando ha elegido prendas que combinen y cuando no, y si las mismas están bien puestas.

Si, medianamente sé que ropa me estoy poniendo y si combina, y si de golpe no combina, me suelen avisar... si suelo preguntar, pero al tener medianamente todo organizado yo sé que me puedo poner un día, que me puedo poner otro día. (Participante 3, 9/10/2020)

Con respecto a las necesidades de orientación, en esta instancia, se pueden describir aspectos de mayor concreción, como por ejemplo, los entrevistados manifestaron que no solo en el momento de la compra sino también en el uso de lo adquirido, necesitan contar con disparadores de orientación y algunos de los mencionados fueron: la textura, el diseño/cortes, la aplicación de avíos como por ejemplo etiquetas. La participante n° 1 señaló que en muchos casos el diseño por sí mismo no termina de orientar, ni la compra ni el uso, sino que éste debe estar complementado por los elementos mencionados anteriormente; logrando como objetivo el contraste y la generación de una percepción directa desde los otros sentidos, como es el caso de las texturas.

Dentro de este aspecto de orientación, también se hace presente la descripción referida al asesoramiento del vendedor, respecto del cual todos los entrevistados coincidieron que es una pieza clave a la hora de adquirir indumentaria. Estos usuarios pretenden experimentar un asesoramiento con una descripción lo más detallada posible, tanto de los colores, del corte, de las posibilidades de uso, y del diseño, que como bien se decía, no termina por sí mismo de ser un elemento contundente para orientar la compra o el uso de la indumentaria.

Finalmente, en lo que se refiere a la tercera clasificación de las necesidades (de realización/satisfacción), se aprecia la expectativa de un diseño con perspectiva de inclusión. Este enunciado describe de forma representativa las manifestaciones de los 7 entrevistados, ya que son conscientes que en la actualidad la propuesta en los locales, como en las prendas comercializadas, no terminan de contemplar detalles o elementos que fomenten la inclusión y faciliten el momento de compra y el uso de los productos.

Con respecto a la categoría de análisis creencias de la importancia de la indumentaria en la formación como persona y su integración social, se identificaron dos perspectivas: a) la incidencia que para ellos tiene la indumentaria en su desarrollo personal, es decir, en aquellos aspectos que se superponen a la auto-realización y auto-percepción como personas; y b) la perspectiva inclinada a la integración social. Esto quiere decir, no solamente lo que ellos consideren de sí mismos, sino también cómo la vestimenta les permite estrechar y generar lazos en las distintas esferas sociales.

El primer aspecto comprendido en el desarrollo personal permitió entender que los entrevistados le asignan una importancia determinante hacia el desarrollo personal, inclusive se advirtieron expresiones en las que el hecho mismo de saber y decidir qué ropa utilizar, incentiva a una predisposición positiva al momento de usar determinada ropa. Este es el caso de la participante n° 4, quien expresaba lo siguiente:

Sí para mí sí, para mí sí o sea porque bueno no sé pero a mí me pasa que si un día que se yo me levanto con ganas de vestirme bien o ponerme que se yo un accesorio, es como que ya salís ese día con otra predisposición.
(Participante 4, 9/10/2020)

En otro sentido, también complementado al desarrollo personal, el participante 6, si bien se presenta de forma más descontracturada, también es un caso en el que la elección de la indumentaria lo lleva a sentirse realizado y satisfecho de lo que puede establecer como una propia elección de vida.

Estos son claros ejemplos de la trascendencia e implicancia que tiene la indumentaria y el hecho de decidir qué ropa utilizar en el proceder de su vida, ya sea cotidiana, laboral o social.

En lo que se enfoca en la integración (la segunda dimensión de su creencia), aquí la importancia de la indumentaria se presenta con mayor contundencia, ya que los entrevistados han descrito situaciones en las que las personas se visten a los ojos de los demás; esta es una expresión literal definida por la participante n° 2, que permite entender una realidad en la que el saber vestirse y el poder decidir que indumentaria llevar les da la posibilidad de integrarse socialmente.

Y... tendría un 8, o un 9 ¿viste?, porque como vos te vestís es como te va a mirar la gente, como vos te vas a relacionar. También no es lo mismo ir bien vestido a un acto académico que ir hecha una pordiosera por decirte, o ir de zapatillas con un pantalón así nomás o una remera así nomás, siendo que es un acto académico sino que lo formal, digamos, algo bien presentable, una linda remera o una camisa o un lindo pantalón con unas

sandalias, unos zapatos bien arreglados. Eso habla mucho ¿viste?, y la gente se fija mucho en eso, no porque el que no ve, se cree que no lo van a ver y no, o la combinación de colores, eso también dice mucho ¿viste?, la organización de estas cosas. Si bien hoy en día está todo de moda y está todo permitido, porque es así, pero también hay que tener cierta coherencia con la ropa que se use y fijarse que está bien o que te queda bien ¿viste?, a los ojos del otro.(Participante 2, 9/10/2020)

En complemento, la vestimenta es conceptualizada como un instrumento que le permite a la propia persona y a las demás, con las que se vincula, poder desarrollar una idea proyectiva de lo que es la persona en su interior y la forma en la que puede expresar su personalidad. “Sí, sí se comunica, y se comunica mucho, desde el estado de ánimo, el aspecto de la persona, dice mucho: en la vestimenta viste, se demuestra todo como es una persona por dentro también” (Participante 2, 9/10/2020)

Finalmente, se les sugirió que calificaran del 1 al 10 la importancia de la indumentaria a la hora de vincularse con otras personas, siendo el puntaje número 8 el indicador más elegido, excepto en el caso de la participante 4 que calificó con 7 y el participante 6 con 9. De esta forma se aprecia una relevancia asignada en la mayor proporción de los participantes de la entrevista.

En relación a la categoría de análisis alusiva al cuarto objetivo (la preferencia de este público), puede ser concretado describiendo determinados aspectos tales como la elección de elementos que les sirven a los individuos para incorporar la indumentaria a su vida. Entre estos se encuentra la posibilidad de describir la propia realidad mediante la percepción de alguien que los acompaña. Pues bien, aquí se observa una diferencia entre mujeres y hombres. Las mujeres prefieren hacerlo solas, mientras que los varones tienen una tendencia de ir acompañados. En esa circunstancia, la mujer se muestra más segura y tiene una diversidad de alternativas sobre las posibilidades de elección. Por ejemplo, no se conforma simplemente con lograr una combinación de colores sino también busca que los mismos se adapten a sus gustos personales, a los colores de moda en la temporada, a la ocasión y hasta una de ellas mencionó que elige los colores de acuerdo a cuáles se ven mejor con su tono de piel, entre otros factores.

“Yo le doy importancia porque tiene que ver con que el color te da... a ver, no todos los colores de piel te van a quedar bien los colores y aparte para la combinación y porque bueno, a mí me gusta usar ropa de color”
(Participante 2, 9/10/2020)

Por el contrario, los varones son más pragmáticos y buscan la funcionalidad, prefiriendo colores tales como el azul, blanco, negro que luego sean fácilmente combinables entre sí, y que se adapten a distintas circunstancias.

Otra característica que describe el comportamiento de los varones, es que una vez identificada una tienda, como así también sus vendedores/as repiten la situación de compra debido a la generación de confianza que este espacio le aplica (debido a la buena atención recibida). En ese sentido, se advierte el aspecto funcional de organización y orientación que terminaba cumpliendo el vendedor/a como factor clave al momento de la compra.

En ese mismo contexto, durante las entrevistas, se advirtieron también algunos prejuicios referidos a lo que experimentan cuando el asesor tiene que describirles las características del producto. Un caso puntual fue el de participante n° 6 al mencionar que se siente molesto cuando el vendedor no tiene una interacción directa con él sino que por lo general se dirigen a quien lo acompaña.

“de última le preguntan a la persona con la que vas o a ver, no sé en el caso que vaya, voy ponerle con alguna de mis hermanas y fijate si esto le gusta, y fijate a ver qué color está buscando, qué necesita y vos decís, a ver, pará O sea, ella me está acompañando el que lo quiere, soy yo por ende yo te lo voy a pagar.” (Participante 6, 20/10/2020)

De igual forma, perciben algunos prejuicios sobre la capacidad de pago, refiriéndose a su desarrollo económico, como lo describe la participante N° 2

“Y... que están con miedo, que no saben cómo explicarte, que no saben si mostrarte o no una prenda cara, una prenda barata, viste ese prejuicio

que hay que no saben si la vas a poder pagar o no, si la vas a poder apreciar o no a la prenda” (Participante 2, 9/10/2020)

De esta forma, se observa que el hombre, en su preferencia de compra y uso de la indumentaria, se guía más por la racionalidad que la mujer en el sentido de la racionalización y del análisis, mientras que la mujer tiene una actitud de mayor predisposición hacia la compra, el análisis de las alternativas, y el uso/combinación de indumentaria.

Las experiencias de las personas entrevistadas difieren según su nivel de discapacidad visual. Las personas con baja visión manifiestan poder leer etiquetas grandes y grandes contrastes, mientras que las personas con ceguera total, necesitan usar la tecnología para saber qué prenda están usando, o comprando.

Discusión

En este apartado de discusión se retoma el eje central de este trabajo asociado al análisis del comportamiento de las personas con discapacidad visual respecto a la compra y uso de indumentaria, entendiendo a este concepto desde la mirada de Schiffman y Kanuk (2010) tomando como principales indicadores la indagación sobre sus necesidades, expectativas, creencias y actitudes.

Abordar este fenómeno permitió una reflexión de contrastes, esgrimiendo posturas de reflexión y de construcción en donde el diseño de indumentaria se vuelve una disciplina fundamental que colabora en el desarrollo personal y en la integración social de este colectivo.

Respecto a las necesidades, en los resultados obtenidos, una de las necesidades explicadas por los interlocutores se concentró en el requerimiento de la distribución de espacios. Esto, en palabras de Ratcliffe, M. (2014) es lo que se define como la metodología utilizada para estimular el sentido de las personas y más particularmente de las que experimentan una discapacidad visual, así mismo, se integra una idea en la que distribuir el espacio se convertiría en un potencial de organización y orientación.

Ahora bien, en palabras de Schiffman y Kanuk (2010) estos autores referían a trabajar estímulos para despertar lo racional, lo emocional y finalmente lo actitudinal. Es decir el espacio puede ser entendido como un componente que estimula la percepción. En palabras de los entrevistados, requerir la distribución del espacio es poder darle razonamiento a su orientación, poder satisfacer una necesidad funcional de orientación y organización a partir de la distribución de espacios. Muy en coincidencia con el sustento teórico mencionado por Ratcliffe, M. (2014)

Otra perspectiva que alude de manera más funcional, y con el que puede identificarse una coincidencia, es el estudio realizado desde la discapacidad visual y su autonomía por la Ortiz, Ortiz (2011). Aquí el grupo de investigadores, explica la importancia de la adaptación al entorno, en donde elementos tales como la planificación de la iluminación y el contraste, entre otros, deben ser requerimientos considerados

fehacientemente como normativa central. Así, la ergonomía y el diseño, pasan a ser los núcleos posibilitadores de organizar dichos estímulos, que como bien decía Ratcliffe, M. (2014) terminan siendo los elementos necesarios para darles organización y orientación a las personas con discapacidad visual.

Otro de los resultados expuestos, es la decodificación de la necesidad que tienen los individuos de poder distinguir entre aquellos elementos anteriormente descritos. Fue muy manifiesto en las entrevistas, la idea de verse limitados para identificar las diferencias entre la indumentaria de temporada, o aquellos artículos que presentan una característica especial (como las transparencias).

Es por eso que en su investigación, Morel y Villalobos (2011) dejan entrever este elemento funcional, exponiendo que justamente las personas con visión reducida no tienen la capacidad para lograr diferenciar y entender la diversidad de vinculaciones y asociaciones entre los componentes biológicos, físicos, conceptuales y sociales. Tales como el concepto de temporalidad o estacionalidad.

A partir de esto es posible decir que desde el diseño de indumentaria se deberían trabajar con elementos mucho más concretos. En concordancia con Ratcliffe, M. (2014) que sea de ajuste sensorial/representacional, y por ende de orientación y organización de personas con discapacidad visual.

Siguiendo esta línea, los conceptos que sirven para poner en discusión, es la especificación sobre la necesidad del contraste como un hecho concreto y no conceptual. En ese escenario, se vuelve a la crítica de Morel y Villalobos (2011) desde el sentido de la formación de la identidad en las personas con discapacidad visual, ya que tienen requerimientos específicos, y a partir de esta reflexión puede decirse que el diseño de indumentaria al concentrarse en aspectos conceptuales, deja afuera aquellas necesidades de las personas con discapacidad visual. Estas personas, que han sido entrevistadas, han manifestado expresamente el requerimiento de lo concreto sobre lo abstracto criticando, inclusive la idea de diseño como un hecho filosófico, y no así, como una alternativa.

Como lo explica la ONCE (Ortiz, Ortiz 2011) refiere a una alternativa que genere la autonomía. Es ese el concepto, la autonomía, desde lo conceptual pero la necesidad de potenciar al máximo la independencia buscando que la indumentaria sea un vehículo que facilite la identificación del contexto, de los elementos, de las diferencias, y por ello Morel y Villalobos (2011) se concentran en describir la importancia de los diversos elementos que rodean a las personas con visión reducida, ya que estos les servirán para reconocer el entorno y luego colaborar en reconocerse a sí mismos.

En complemento, Sorondo y Núñez de la Rosa (2015), reflexionan aún con mayor precisión la descripción de la dificultad que experimentan las personas con discapacidad visual, en donde todo a su alrededor se convierte en un factor que podría ser desencadenante de viabilización o en un obstaculizador, dependiendo de la forma y el método de esa bajada hacia la orientación.

En ese marco, los resultados de la investigación que aquí se lleva adelante, cristalizan una necesidad de contar con disparadores concisos. Los mismos entrevistados describieron elementos tales como la textura, los cortes, la aplicación de avíos, es decir, elementos explícitos que necesitan. Al decir de Sorondo y Núñez de la Rosa (2015) saberse esenciales y estructurantes.

En este sentido, siguiendo la idea de estos autores, en donde si bien hacen alusión a la cotidianidad, puede concluirse que el diseño para las personas con discapacidad visual debe comenzar por la estructura y por la materialización de la significación en el elemento, No así en lo conceptual, o en la diferenciación por ejemplo de los colores asociados a las distintas temporadas, porque ello es un factor para la cotidianeidad de las personas videntes, pero no un requerimiento técnico para satisfacer necesidades funcionales específicas de las personas con discapacidad visual. Aunque cabe aclarar que no por ello debe dejarse de lado la parte estética.

De este contraste se puede determinar una crítica a la tendencia del diseño de indumentaria donde no se considera el requerimiento técnico como principal disparador,

es decir que se debe cambiar el foco de inspiración de cada propuesta hacia un diseño verdaderamente adaptado al usuario.

Ya adentrándose en la evolución de los tipos de necesidades y requerimientos, y saliendo de las necesidades funcionales para ir a un plano de auto-realización y satisfacción, Sorondo y Núñez de la Rosa (2015) explicaban el hecho de la necesidad de vestirse y desvestirse como un escenario cotidiano pero que influye en la forma en la que el individuo experimenta la realidad y su forma de sentir. Pueden generarse distintas direcciones, por un lado, darle seguridad y potenciar los sentidos de la persona, o en el caso negativo, generar una percepción de inferioridad y de conceptualización negativa. Esto puede complementarse a algunas manifestaciones en las que las personas con discapacidad visual, reconocen que el vestir como hecho y comportamiento en muchas situaciones llevan a sentirse auto-realizados e integrados, cambiando su perspectiva de la cotidianeidad, de sus sensaciones en el día a día; desde esta idea se puede reflexionar que el comportamiento asociado a la vestimenta es como bien lo dicen Sorondo y Núñez de la Rosa (2015), un fenómeno de auto-realización y que no solamente se limita a un hecho aislado funcional, sino que, se encuentra cargado de simbolismos que terminan penetrando e impulsando las emociones y las sensaciones.

En concreto, de la discusión de los resultados y de los antecedentes del primer objetivo, puede extraerse una posición crítica desde la mirada de este trabajo de investigación, valiéndose de la idea de García (2010), refiriendo a la limitación orgánica de la persona con discapacidad, y que al tener falta de herramientas y de propuestas desde el exterior, no puede llevar adelante una presentación de su propia persona, que le dé posibilidades de integrarse socialmente.

Si bien, existen necesidades funcionales básicas, todo gira en torno a un diseño de inclusión, y esto es lo que justamente experimentan y expresan los entrevistados de este caso de estudio, pidiendo por un diseño de mayor pragmatismo y de percepción y reconocimiento de la realidad de este segmento de la sociedad.

Ya adentrando al segundo de los objetivos, sobre las creencias que tienen las personas con discapacidad visual entorno a la importancia de la indumentaria; como

bien se describía en el apartado de los resultados, los entrevistados le atribuyen una gran importancia a la vestimenta, es decir son conscientes de la naturalidad de la ropa y al mismo tiempo la funcionalidad, y en complemento la proyección simbólica.

Sobre el concepto de lo simbólico -referido en el último objetivo-, los participantes le han asignado importancia a la indumentaria en pos del desarrollo personal, y afirman que utilizar determinada vestimenta los incentiva a desenvolverse de forma proactiva en el contexto que los rodea. Sobre esto, Prado Adarme y Ramírez Londoño (2018) referencian el acto del vestir como el poder de la expresión, y es justamente entonces cuando puede comprenderse lo que significa en la determinación de la persona con discapacidad visual el hecho del vestir. Es decir, la posibilidad de expresarse, entendiendo que todo individuo más allá de sus discapacidades y dificultades, tiene el derecho a la expresión. En la indumentaria encuentran una plataforma que les permite generar esta actitud, sentimiento y comportamiento.

Otra de las perspectivas que se articulan sobre esta idea, es la de Cardona Gómez (2017) explicando que el hecho de vincular entre el objeto-prenda y la persona, trasciende el sentido de denotación para pasar a un hecho simbólico entre el usuario y dicho objeto, asociando la funcionalidad, la comodidad y luego el plano de la percepción y la integración.

Esto es lo que justamente fue manifestado por la totalidad de los entrevistados, quienes demostraron ser conscientes de eso, y expresaron que no se sienten cómodos con lo que les proponen los diversos locales comerciales que visitan con el propósito de adquirir una prenda de indumentaria. Se posicionan desde un lugar crítico y de descalificación para con dichos actores. La disconformidad se expresa a través de la mala predisposición de compra y uso de los productos en circunstancias de tales características.

Joanne Entwistle (2002) recurre a la teoría de Bell (1976) explicando que las prendas son apropiadas incluso en personas que no se encuentran con un interés directo en su aspecto, pero que de una forma subyacente, entiende que debe evitar una censura social. Sobre este concepto, se entiende que por más que el individuo se desacredite en

el hecho de la vestimenta, no deja espacio a una posible censura o desintegración social por no elegir una prenda que lo integre, y le permita una expresión de adaptación.

En lo que refiere a los resultados de esta investigación, lo anteriormente expresado por Entwistle (2002) tiene una integración directa a la importancia, desde la creencia de los entrevistados en donde, con mayor contundencia explican que en situaciones en donde son vistos por los demás, la indumentaria se esgrime como un elemento paliativo, es decir, que les permite sobrellevar una situación de prejuicios, o discriminación, siempre y cuando sepan que se encuentran sobre los parámetros establecidos.

Se advierte la creencia que la indumentaria colabora de manera global al desarrollo personal, al sentimiento y a la predisposición de desenvolverse socialmente. La ONCE (Ortiz, Ortiz 2011) en su estudio, describe que las expectativas y actitudes, de las personas, son componentes que inciden en la motivación de actuar para integrarse en comunidad.

El segundo aspecto de este segundo objetivo, refirió a la integración, o sea, la complementación del desarrollo personal hacia la integración. En primera instancia, sentirse seguros y desarrollados como individuos, y en segundo término, poder proyectar dicha seguridad en las vinculaciones y en la socialización que puedan efectuar en la comunidad.

Aquí, Vélez Ceballos (2016) estudia el comportamiento de las personas en las que, una situación de discapacidad visual, cobra un total sentido para ser percibidos y observados por otro, en la que todo detalle de su gestualidad, postura y vestimenta, no pasarán desapercibidos. Esto es lo que lleva a convertir y configurar una realidad de auto-presión por parte de los individuos con discapacidad, y es allí, donde aparece la sensación de incomodidad y de exclusión social, si no perciben una atmósfera en la que los distintos elementos, ya sean funcionales, conceptuales, de distribución de los espacios, entre otros, no se encuentran acorde a sus necesidades.

Finalmente, la tercera dimensión de investigación encauzada en el concepto de actitud al momento de la compra y uso de indumentaria, arrojó una serie de realidades que pueden ser descriptas y articuladas como un escenario de críticas por la disconformidad y al mismo tiempo por las expectativas que tienen las personas con discapacidad.

Se advirtió una diferencia entre mujeres y varones en cuanto a su actitud, por ejemplo, los varones son más recelosos y cautos en cuanto a la expresividad, y buscan la seguridad y confianza por parte de un “otro” ya sea el vendedor/a, quien los acompaña al momento de la compra, quien los aconseja. Este hecho particular, se describió en que prefieren aquellos locales en los que la situación de compra se ha generado en un ambiente de confianza y ello los lleva a reiterar dicho escenario. En este marco, según Schiffmany Kanunk (2010) se entiende la situación de conformidad como un estímulo que impacta sobre su plano racional, para luego adentrar en su dimensión emotiva y finalmente comportamental. En palabras de estos autores, el hecho de sentir confianza los lleva a tener una actitud de tranquilidad, y encontrarse contenidos pudiendo repetir la visita a dichos locales. En ese contexto, el vendedor/a, como también los elementos que acompañan el comportamiento de consumo, terminan siendo factores de estímulo determinantes en la actitud de los varones con discapacidad visual.

Por el contrario las mujeres no se muestran susceptibles en un nivel tan elevado a la mirada de un “otro” que aconseje o acompañe, ellas sienten que poseen mayores habilidades, más allá de su discapacidad o su disminución visual. En ese espacio, en comparación con la teoría de actitud de Schiffmany Kanunk (2010), pasa no por la racionalización sino por la dimensión de lo emotivo; las mujeres valoran distinto la indumentaria, como parte de sentirse identificadas en un grupo, o estar a la moda, sin tener tanto en cuenta otros criterios como la practicidad a la hora de combinar su ropa. En ese sentido se concentran en el plano emocional para luego generar una actitud, y el hecho de sentirse seguras por sí mismas independientemente de la opinión de otro, lleva a una predisposición positiva en cualquier circunstancia, en contraste con lo descrito de los varones.

Bajo esta complejidad actitudinal que demuestran tanto varones como mujeres en el que la trascendencia de las 3 dimensiones que eran mencionadas por Schiffmany Kanunk (2010), el diseñador necesita complejizar y agudizar su perspectiva como profesional. Es allí donde Prado Adarme y Ramírez Londoño (2018) explican la necesidad de afianzar las capacidades de generar propuestas que contribuyan en un plano de toma de decisiones, para que los individuos en general, no solamente los que presentan algún tipo de discapacidad, puedan encontrar los mínimos detalles funcionales e intangibles (simbólicos), para que su experiencia de compra y uso de ropa sea lo más satisfactoria posible. El propósito de la experiencia es lograr la independencia, una auto-percepción de seguridad y confianza y una predisposición (actitud) de compra satisfactoria.

De Souza Godinho (2013), reflexiona sobre la discriminación y el sentimiento expresado por la persona con discapacidad visual, cuando entiende que los productos y servicios identificados en una tienda o un contexto de comercialización, no alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas. Como bien se explicó, no solo el hecho del producto sino también del servicio, es decir la globalidad de la atención, en donde los espacios, el propio vendedor/a, los contrastes, la iluminación, entre otros, terminan siendo indicadores de la indiferencia y el desconocimiento hacia las necesidades particulares de este segmento de mercado, que debería encontrarse en el plano de la integración,

Como explicaban Prado Adarme y Ramírez Londoño (2018), es parte de la carencia de la cadena productiva y de comercialización, en donde el diseñador de indumentaria, debería hacerse presente con un ojo crítico, entendiendo que su función no debiera limitarse al hecho del diseño meramente estético sino también, poner a disposición de las sociedad sus herramientas como profesional.

Este colectivo demanda entonces un criterio amplio e inclusivo, en la sociedad, a través del impulso de propuestas comerciales, que se basen en un criterio de integralidad. Alternativas mediante la prueba y el ensayo de nuevas herramientas que posibiliten la inclusión social, en el que el hecho de compartir espacios de comercialización con personas con discapacidad no genere rechazo, discriminación, ni falta de empatía.

Más allá de los resultados expuestos y el contraste descrito en este apartado, es importante poder reconocer ciertas limitaciones y debilidades que ha experimentado este trabajo de investigación. Comenzando por, la limitación de la accesibilidad a la información. Existieron varios factores que condicionaron una calidad representativa en cuanto a las fuentes de información y a los casos que pudieron ser abordados, debido a la restricción propia de una temática, que en la sociedad aún es tratada con ciertos sesgos y prejuicios. Por lo tanto no resultó fácil tomar contacto con personas con discapacidad visual. Es por ello que el criterio de la muestra no pudo ser probabilístico, y será necesario que en futuras investigaciones sobre esta propuesta, sea profundizada y trabajada con mayor tiempo. Una vez que se logró conformar la muestra, se dieron otras limitaciones como por ejemplo la dificultad de entablar un diálogo fluido con estos interlocutores, además de no tener el tiempo necesario para generar una interacción que no se limite a un solo encuentro, también redujo el grado de análisis y reflexión.

Otro condicionante fue la crisis pandémica que atraviesa la sociedad, y teniendo en cuenta la cuarentena obligatoria, las limitaciones y restricciones de horario, junto con las posibilidades de interactuar y socializar, el hecho de tener que hacer entrevistas a través de medios virtuales sin poder utilizar el método de la observación como recolector de datos, también fue filtrando la posibilidad de generar un trabajo de mayor profundidad e interpretación de estas manifestaciones. Por lo tanto la limitación que debe ser expuesta en este trabajo, es que son casos que pueden llegar a profundizarse y podrían ampliarse con mayor tiempo, los elementos de estudio, para de esta forma contrastar más realidades, diversas perspectivas, y esto sin dudas potenciaría las bases de esta investigación.

En lo que refiere a las fortalezas se trabajó sobre una temática sensible, aportando otro antecedente de investigación de esta problemática en la ciudad de Córdoba para futuros estudios asociados al diseño de indumentaria. Se puede reconocer y posicionar desde una mirada constructiva al profesional del diseño de indumentaria, no solamente como un simple productor creativo, sino también como un agente de cambio social, sensible al entorno humano que lo rodea y sus necesidades. Es decir, reconocer a la moda como un fenómeno cultural que va más allá de las frivolidades estéticas.

Esta reflexión crítica permite entrever la oportunidad para los jóvenes y profesionales del diseño de indumentaria incentivando y estimulando su mirada sensible y el reconocimiento al aporte de trasfondo. Los diseños pueden convertirse en plataformas de inclusión social.

También es importante agregar la experiencia directa que pudo tener la investigadora en el desarrollo de este trabajo, lo que permitió ampliar su línea de conocimiento, su perspectiva y llegar a conocer nuevas realidades. Para un profesional dentro de una disciplina creativa, es necesario conectarse con distintos planos de la realidad de la vida social. En este sentido la postura aquí expresada puede ser asociada a la óptica de Papanek (2014) quien refiere a una comprensión del diseño, donde la apertura y la flexibilidad del profesional va mucho más allá de la estética, considerando el diseño como una herramienta de comunicación e integración comunitaria.

Teniendo en cuenta las limitaciones y fortalezas resulta pertinente plantear recomendaciones sobre cómo continuar esta investigación y lograr una mayor profundización. Se recomienda tomar, en primer lugar, una muestra de mayor representatividad apelando a la administración de un tiempo de investigación que tenga como mínimo un año de desarrollo posibilitando de esa forma conformar una muestra con una diversidad de casos en los que puedan discriminarse los distintos tipos de discapacidad visual. Esto es justamente un punto que no fue trabajado de forma clasificatoria en esta investigación, y podría arrojar resultados interesantes que aporten otras perspectivas para futuras líneas de investigación.

Dentro de los aspectos y el contexto estudiados, aquí se le dio enfoque al uso de la indumentaria sin considerar las tipologías de productos, pues bien, otra línea investigativa, podría tomar una caracterización expresa de ciertos componentes que permitan analizar elementos concretos como estímulos para personas con discapacidad visual.

Además sería pertinente profundizar en la diferenciación y estratificación de los grupos sociales, considerando características socio-demográficas en las personas con discapacidad visual. Por ejemplo tomar muestras y realizar comparaciones entre

individuos con discapacidad visual de distintos poderes adquisitivos, para comparar sus necesidades específicas y si éstas se encuentran satisfechas por el mercado, o no. También su comportamiento de compra y uso de indumentaria. Siguiendo esta misma línea, podría estudiarse entre aquellos que residen en zonas rurales o urbanas, entendiendo no solamente el hecho funcional de la indumentaria sino también el plano simbólico, ya que como bien se determina el fenómeno social en contextos rurales no termina teniendo la misma trascendencia que la socialización que en contextos urbanos.

También podría continuarse esta investigación, con la complementariedad de la perspectiva profesional, ya que en esta investigación solo se tomó la perspectiva de los usuarios.

Como conclusión final de este trabajo queda abierta la reflexión hacia el replanteamiento de las formas y metodologías de trabajo de los profesionales de diseño de indumentaria, en donde queda en claro que la lógica de incubación de las ideas y luego la lógica de la materialización del diseño, debe ser contemplado desde una mirada inclusiva. En el plano concreto de este segmento (personas con discapacidad visual), se pudo observar la necesidad de comenzar desde las necesidades concretas para luego abordar lo simbólico del diseño de indumentaria.

Diferente fue el aspecto del desarrollo personal en donde, para sentirse auto-realizado, el individuo con discapacidad visual necesita organizarse y orientarse. Surge la necesidad que el diseño de indumentaria comience su trabajo a partir de los requerimientos directos y explícitos que tienen las personas con discapacidad visual.

Como conclusión, y como propuesta para mejorar la disciplina, el diseño de indumentaria puede orientarse desde una perspectiva de inclusión de personas con discapacidad visual, adaptando sus 5 fases:

Fase 1: análisis del sector del mercado. En esta fase, es necesario hacer una investigación más profunda sobre las necesidades (sobre todo las latentes) específicas insatisfechas, que requieren las personas para quienes se pretende diseñar, siempre teniendo como principal objetivo la inclusión social. También, siguiendo la línea de Papanek (2014), la industria debe concentrarse también en aquellas necesidades que

tienen que ver con aspectos psicológicos, sociales, de auto-realización, que no solamente apliquen al aspecto funcional sino también al querer ser de la persona, y no como viene haciendo la industria en las últimas décadas en aspectos superficiales. Este aspecto debe ser analizado en un contexto en el cual las personas con discapacidad visual, tienen necesidades que van más allá del aspecto funcional y como tal, el diseñador de indumentaria debe trabajar en un sentido global e interdisciplinario.

Fase 2: identificación del público objetivo. Aquí es necesario tener en cuenta que no se puede diseñar “para todo el mundo” ya que no todos nos identificamos con la misma indumentaria, ni tenemos los mismos gustos y necesidades, es por eso que el diseñador debe enfocarse en un sector, identificando dichos gustos, necesidades, actividades, hobbies, estilo de vida entre otros, sin olvidarse de que, las personas con discapacidad también pueden formar parte de ese sector. La mayoría de las necesidades que se identificaron luego de realizar las entrevistas tienen que ver con la información de las prendas que actualmente es deficiente, por lo que se necesitan etiquetas de alto contraste y tamaño grande para personas con baja visión y una descripción de la prenda, marca, talle, tela, posibles usos, lavado entre otros, en una etiqueta con código QR que las personas no videntes puedan acceder a través de sus teléfonos celulares.

Fase 3: características del producto. Esta fase es muy importante porque aquí aflora la creatividad del diseñador para resolver las necesidades que se detectaron en la fase 1, pero ya teniendo muy claro el público objetivo. Es importante realizar entrevistas o “focus grup” para profundizar en dichas necesidades, y como se sostenía en la fase 1 para indagar profundamente en aquellas necesidades de mayor nivel. También sería enriquecedor poder implementar observaciones directas en la dinámica de la compra y de uso de las prendas

Fase 4: requisitos de producción y distribución. En esta etapa es importante tener especial cuidado en el proceso de lavado para evitar que luego se destiñan las prendas, ya que las personas con baja visión pueden llegar a tener dificultad para detectar las manchas y también considerar que el empaquetado del producto sea accesible para las personas con discapacidad visual.

Fase 5: Experiencia de compra. Es importante para seguir trabajando en pos de la inclusión de personas con discapacidad visual, que los locales comerciales tengan buena iluminación, la distribución de sus productos no sea por temporada sino más bien

por tipologías, que todos los vendedores estén capacitados para asesorar y orientar a estas personas, ya que son cruciales al momento de la compra, y estos son quienes van a generar la vinculación con el consumidor, y es donde se dará el acto comunicativo, un factor determinante para lograr la primera parte del sentimiento de integración que debe comenzar a experimentar el individuo con discapacidad visual, en donde las necesidades de auto-realización se hacen presentes y los vendedores deben estar formados para darle curso a dichos requerimientos.

Es de esta forma que queda planteada la premisa y el desafío hacia la disciplina para profundizar y reformular sus modos y posturas, pudiendo dar un plano de integralidad y de globalidad en el que las necesidades, las expectativas y los deseos de los distintos segmentos de la sociedad pueden mostrar divergencias y discrepancias, y será el diseñador/a el que deba decodificar dichos aspectos en un producto o una propuesta más completa (colección).

Referencias

Araya Umaña, S (2002). Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión. (*Cuaderno de ciencias sociales 127*) Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), sede académica Costa Rica. Recuperada en <http://www.efamiliarcomunitaria.fcm.unc.edu.ar/libros/Araya%20Uma%20Fla%20Representaciones%20sociales.pdf>.

Cardona Gómez, V. (2017). *Elementos fundamentales del vestuario para personas con discapacidad visual: recopilación y análisis de requerimientos y soluciones vestimentarias*; (Trabajo final de grado). Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia, recuperada de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/3789/Elementos%20fundamentales%20del%20vestuario%20para%20personas%20con%20discapacidad%20visual.pdf?sequence=1>.

Entwistle, J (2002). *El cuerpo y la moda*. Barcelona: Ed. Paidós.

García, Carla B. (2010). *Las personas ciegas, su cuerpo, el espacio y la representación mental*. Universidad Nacional de Jujuy, San Salvador de Jujuy, Argentina. Recuperada de <https://www.redalyc.org/pdf/185/18519164009.pdf>.

Godinho, S. de Souza. (2019) *Moda, vestimenta y discapacidad: una mirada sociológica*. (Tesis doctoral). Pontificia Universidad Católica Argentina. Disponible en: <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/9122>.

Henao Melchor, S (2007) *La indumentaria como identificador social: un acercamiento a las culturas juveniles*. (Tesis de maestría). Universidad Tecnológica de Pereira,

Colombia. Recuperada en
<https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/173/334>.

Morel, G & Villalobos, L. (2011). Identidad y baja visión. *Alteridad, Revista de Educación*, 6 (2), pp. 109-117. Recuperado de
https://www.researchgate.net/publication/318240290_Identidad_y_baja_vision.

Purificación Ortiz Ortiz (2011). Discapacidad visual y autonomía personal Enfoque práctico de la rehabilitación. Madrid, España. 1 ed. Recuperado de
https://sid.usal.es/idocs/F8/FDO26230/discap_visual.pdf.

Papanek, V (2014). *Diseñar para el mundo real*. Barcelona: Ed. Ediciones Akal, S.A.

Prado Adarme y Ramírez Londoño. (2018). *Autonomía visual: requerimientos para la experiencia de compra de vestuario, para personas con discapacidad visual*. Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia, recuperada de
<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/4310/Autonom%C3%ADa%20visual.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Ratcliffe, M, P. (2014). *Diseño por la inclusión. Indumentaria que despierta los sentidos*. (Proyecto de Graduación). Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Recuperado en:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2854&titulo_proyectos=Dise%F1o%20por%20la%20includi%F3n

Schiffman, L.G. y Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del consumidor (ed. 10)*. México: Pearson Educación.

Sorondo, G y Núñez de la Rosa, D. (2015). *Indumentaria Adaptada Autonomía e inclusión en el vestir. Centro de Tecnologías para la Salud y Discapacidad Instituto Nacional de Tecnología Industria.* 1 ed. Recuperado de http://ciapat.org/biblioteca/pdf/1217-Autonomia_e_Inclusi%C3%B3n_en_el_Vestir_Indumentaria_Adaptada.pdf.

Toboso Martín, M, & Arnau Ripollés, M^a S. (2008). La discapacidad dentro del enfoque de capacidades y funcionamientos de Amartya Sen. Araucaria. *Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 10 (20), pp. 64-94. [fecha de Consulta 25 de Octubre de 2020]. ISSN: 1575-6823. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=282/28212043004>.

Vélez Ceballos, M. M. (mayo, 2016). *DISEÑO Y DISCAPACIDAD VISUAL* - Investigación etnográfica y experimental acerca de los requerimientos en la elección y compra del vestuario en personas con baja visión y ceguera. *Festival internacional de la imagen diseño + arte + ciencia + tecnología*. Ponencia llevada a cabo en el XIII foro académico de diseño, Manizales, Colombia.

Anexos

	Participante 1	Participante 2	Participante 3
Qué tipo de discapacidad visual posee	Mi nombre es Melissa, tengo 29 años. Tengo baja visión. La edad fue a los 6 por qué una enfermedad de neurológica que ataca el nervio óptico. Veo formas y figura-fondo	Noelia, 41 años. Ceguera total, glaucoma adquirido a los 18 años se le manifestó.	Iván. Tengo 35 años y mi discapacidad se llama retinopatía del prematuro y la adquirí de nacimiento
Vive solo o acompañado	Solo	Soy casada. Mi esposo también ciego total de nacimiento y tengo dos hijos. Tenemos dos hijos un varón de 7 y un varón de 3 años y ganar a grandes rasgos tus actividades diarias más o menos 3 veces a la semana 8:00 y después todo lo que actividades de la vida diaria de que tiene una mujer en la casa más el teletrabajo, soy trabajadora, social y trabajo en un técnico dentro de un gabinete psicosocial en un centro socioeducativo.	Con mi mamá.
A grandes rasgos, qué actividades realiza en el día	Trabaja en la municipalidad, en la parte de comunicación editando videos.	Pilates, tareas de la casa, es asistente social	Trabaja a la mañana en un programa de radio
Creencia sobre el aporte de la indumentaria al desarrollo de la identidad personal	La indumentaria lo es todo a veces. Si creo que ayuda mucho al desarrollo de la identidad aunque también creo que hay como mucho enmascaramiento. Me gusta que la gente se pueda vestir de distintas formas y también revelar las distintas caras. Le parece que la indumentaria juega un rol importante en el desarrollo de la identidad, sobretodo en la adolescencia	Si aporta y ayuda mucho, porque bueno uno va definiendo el perfil y lo que uno quiere.	Sí, creo que sí que aporta porque bueno, uno tiene uno tiene que más o menos a ver cómo vestirse.
Comunicación e indumentaria	Si y no, creo que si uno cuando elige una prenda sabe porque la elige pero los criterios no siempre son los mismos.	Si, se comunica y se comunica mucho. Desde el estado de ánimo, el aspecto de la persona, dice mucho. En la vestimenta se demuestra todo como es una persona por dentro también.	Sí, yo creo que sí, estar bien vestido es algo que marca al exterior a donde estas siempre.
Qué grado de importancia tiene la vestimenta a la	8	8	8

hora de presentarse en sociedad.			
Elección de la ropa.	Elijo en función del clima. Yo sufro mucho mucho el calor, en invierno y en verano. Cuando voy a comprar ahí me dejo llevar por cómo me quiero ver yo. Por cómo me quiero mostrar yo. Cuando me compro es por necesidad. No soy de comprar compulsivamente	Me fijo primero en el precio. Después me fijo en la calidad, en el calce, en el color y también para que la voy a usar.	En general me pongo la primera ropa que encuentro.
tipologías que faciliten el momento del vestir y cuáles no.	No, creo que no existan.	Yo no tengo problema, yo te uso cosas con tiras con más escote con menos, con botones. Ahora con el tema de la maternidad me cuido en no usar escotes volcados. No uso camisas porque no me gusta planchar. La baja visión no dificulta el momento de vestir	En la persona ciega yo creo que debería tener como algunos detalles más por ejemplo la etiqueta de atrás es fundamental para no ponérmela al revés.
Importancia en la elección del color y textura de las prendas que elige	Me gusta variar un poco, no tengo ningún prejuicio con ningún color. Texturas, básicamente la que me atraiga. Para ir a comprar no le da importancia al color	Yo le doy importancia porque no todos los colores quedan bien en los distintos tonos de piel, y aparte para la combinación y a mí me gusta usar ropa de color. Voy variando.	Le pregunto siempre a alguien que me he puesto y si me pega. Compro lo que me gusta en el momento pero en realidad en general me suelen comprar la ropa. No le da importancia.
Compra indumentaria solo/a o acompañado/a	Sola. Porque soy media vueltera y no me gusta que influyan en mi decisión.	sola, confió mucho en la persona que me vende	En general me compran la ropa, pero si no, voy acompañado.
Dificultades que se le presentan al momento de la compra.		que están con miedo, que no saben cómo explicarte, que no saben si mostrarte o no una prenda cara, viste ese prejuicio que hay que no saben si la vas a poder pagar o no, si la vas a apreciar o no.	
Necesidades funcionales específicas de las prendas	No tiene.	No tiene.	No tiene. (podría decirse lo de la etiqueta de atrás para que no se ponga la remera al revés)
Métodos utilizados para organizar la ropa y combinarla cotidianamente	No utiliza ningún método.	supuestamente si está organizado pero niños se ponen a revirarme y me desordenan todo.	Utiliza un método para ordenar su ropa en el placar y así encontrarla fácilmente, medianamente sé que ropa me estoy poniendo y si combina, y si no

			combina me suelen avisar.
Prejuicios percibidos en la sociedad.	Si existe el prejuicio de que no vas a poder sola, de que no te va a ser fácil de que no saben cómo vas a hacer para resolver algún que otro problema. Si existen prejuicios.	El prejuicio del desconocimiento más que nada no sería n prejuicio sino que sería desconocimiento que eso nos lleva al prejuicio. No hay para mi prejuicios	Si, con todas las discapacidades existen prejuicios, y existen prejuicios entre las personas con discapacidad en todo momento.
Obstáculos para integrarse socialmente	Los “cómo”. Los grandes problemas a resolver en la gente. Cuando te anotas en un curso por ejemplo yo soy la que tiene que preguntar cómo podemos hacer para que yo pueda verlo, para que yo no te retrase la clase, creo que los cómo son las clave. La gente no piensa enteramente en las personas con discapacidad cuando arma o crea algo. a veces se piensa mucho en la estética y la estética no siempre es accesible.	Me parece que hoy en día no hay tanto obstadlo, se conoce más, cada vez hay más población con discapacidad sea la visual o motriz o la que sea y se fue venciendo ese miedo a la integración y ese miedo a recibir una persona con discapacidad en distintos lugares, distintos espacios. ha costado, es un trabajo de muchos años	El desconocimiento de la discapacidad y del de la persona que se dice normal. Hay desconocimiento de los dos lados.
Qué beneficios aportarían más estudios sobre esta discapacidad desde la disciplina	Está buenísimo para que vayamos abriendo un poco el panorama, y esta genial toda investigación que se haga. Pueden servir muchísimo para que otras personas conozcan la realidad de otros y también para que se empiecen a pensar las cosas de otra manera, desde otra óptica que no sea siempre desde lo mismo, que se empiece a pensar en otras formas de comunicar, de contar las realidades que se viven.	conocimiento, de que las personas con discapacidad tienen el derecho a elegir y decidir brindándole la información sobre lo que quiere comprarse o utilizar, me parece que pasa por ahí	Serviría mucho.
Conocimiento acerca de establecimientos que trabajen indumentaria adaptada	No tiene conocimiento.	No tiene conocimiento.	No tiene conocimiento.
Propuestas pertinentes para brindar autonomía a las personas con discapacidad visual desde la indumentaria	Etiquetas QR con una descripción, los precios en grande, que diga de qué tipo de tela es. También se le puede añadir una etiqueta en braille.	Etiquetado en braille que es re importante, tener en cuenta por ejemplo para la ropa de bebe si lo va a utilizar una mama ciega tener cuidado con los broches que son chiquitos y se pueden salir y el bebe llevárselo a la boca y tragárselo. Tiene que ver con la calidad de la prenda.	La ropa debería tener mucha textura, mucha diferencia, una etiqueta atrás que se note y los colores en el caso mío porque soy disminuido visual.

	Participante 4	Participante 5	Participante 6	Participante 7
Tipo de discapacidad visual que posee	Mi nombre es Verónica, tengo 36 años, mi discapacidad es una discapacidad congénita ósea que es de nacimiento lo que provoco una disminución visual (baja visión) puedo leer, escribir, usar la compu.	mi nombre es Juan Pablo, tengo 35 años, mi discapacidad es ceguera total de nacimiento por causas genéticas	Mi nombre es Víctor Matías, tengo 31 años. Desde nacimiento hasta los 25 años tuve baja visión y de un día para el otro deje de ver	Mi nombre es Luis Emanuel, tengo 37 años, soy de V. María, mi discapacidad visual es baja visión, por retinopatía de prematuro, es decir que tengo la discapacidad de nacimiento.
Vive solo o acompañado	vivo con mis padres y hermana	con mi familia	acompañado	Vivo con mi mujer.
A grandes rasgos, qué actividades realiza en el día	trabaja de 8 a 14 en el hospital Rawson. Soy nutricionista, a la tarde algunos días trabaja en un proyecto personal y también hace un postgrado	hago ejercicio a la mañana, después estudio, y doy clases de tecnologías accesibles.	trabaja en un negocio propio hasta las 18/19 h Rubro de limpieza y jardinería. Lo atiende solo salvo que necesite algo.	Trabaja por la mañana en la biblioteca, se traslada en transporte público. Soy comunicador social y me encargo de la comunicación interna y externa de la biblioteca. Por la tarde realiza otros proyectos personales.
Creencia sobre el aporte de la indumentaria al desarrollo de la identidad personal	creo que es muy importante porque como uno se vista o presente en la vida, va a influir en la aceptación de los otros	es clave, porque habla de uno mismo, así como lo hace el cuerpo, las emociones, las palabras. Se le debe dar la importancia que corresponde. Realmente es algo importante, quizás en parte con esta pandemia se puede haber perdido la importancia pero es necesario recuperarla	creo que si es importante y sobre todas las cosas el hecho de decidir por nosotros mismos. Si yo quiero una remera de futbol x no porque sea ciego o de baja visión no me voy a poder poner esa remera. Obviamente va con la personalidad.	Sí, yo pienso que sí. Pienso que la forma en que vos te vestís habla de vos. Es parte de tu identidad. Sí, la gente sabe cómo te vestís, te ve y te dice bueno. Te identifica por eso. Mas en una sociedad tan visual como en la que vivimos, ¿no?
Comunicación e indumentaria	si, para mí si, a mí me pasa que si un día me levanto con ganas de vestirme bien o de ponerme algún accesorio es como que ya salís ese día con otra predisposición	si, permanentemente	totalmente, siempre	Claro, claro. Yo soy de la idea que todo comunica. Todo lo que hacemos, lo que decimos, obviamente las palabras, los gestos, como nos vestimos, nuestras actitudes.
Grado de importancia de la vestimenta a la hora de vincularse con la sociedad.	8	8	9	8

Elección de la ropa.	Me gusta elegir por marca y la ocasión de uso. Me gustan los colores, estoy atenta a que se usa, que sea cómodo, que vaya variando el estilo, que sea moderno. Me gusta informarme que se va a usar, las tendencias, los colores	Hay una parte de la indumentaria que se me escapa, como es la accesibilidad de los colores. Al no tener ninguna percepción hay un factor que se escapa y siento que eso no se ha solucionado todavía. Generalmente elijo marca para ir a lo seguro, colores combinables con otros	elijo color, texturas y también calidad de acuerdo a la ocasión y a lo que estoy buscando	Yo por lo general elijo el color, aunque tenga limitaciones visuales me guio mucho por los colores. Prefiero por lo gral. Colores oscuros, uso estampas pero no tan llamativas
tipologías que faciliten el momento del vestir y cuáles no.	yo personalmente no me doy cuenta que en algún momento haya cierta ropa que me pueda presentar alguna dificultad	No tiene tipologías que le dificulten el momento de vestir. Usa las distintas tipologías según la ocasión de uso.	no, la verdad no me he fijado en ese detalle	No, no hay. Solo necesitamos la información
Importancia en la elección del color y textura de las prendas que elige	Al color le doy mucha importancia me gusta usar colores variados, en los que me quedan bien. La textura me gusta pero no estoy TAN atenta a eso. Primordial el color	elige colores combinables y no tanto texturas, si llegara a elegir texturas son dentro de los colores que elige generalmente		El color y la textura son importantes. Determinar el grosor y la calidad de la tela al tacto
Compra indumentaria solo/a o acompañado/a	compro sola	Compra de todas las maneras posible. También por mercado libre.	Depende, a veces voy a solo, a veces acompañado. Suelo comprar en la misma casa y eso me favorece porque las vendedoras ya saben lo que quiero y lo que me gusta	Por lo general voy con mi mujer
Dificultades que se le presentan al momento de la compra.	No me presenta dificultad ir a comprar.	Trato de ir con alguien que pueda ayudarme, y si no puedo voy a lo seguro... Marcas que ya conozco. Siempre busco la opinión de alguien. También se puede hacer con app. Que te dicen el color o las mangas. La accesibilidad no tendría que ser así. El mismo objeto tendría que ser accesible. la dificultad es tener que sacar tecnología con miedo y correr riesgo	Por ahí los vendedores no saben cómo explicarte como es tal o cual prenda, como describirla. También que le preguntan a la persona con la que vas, cuando soy yo el que lo quiere	En las tiendas me cuesta un montón encontrar las cosas, más que todo en las tiendas que son grandes. Vos, preguntas a donde están los jeans y te dicen por allá, y vas y hay 50 mil jeans y ahí se me complica. Ahí ya necesito el asesoramiento de alguien.
Necesidades funcionales específicas de las prendas	No tiene.	La información de la indumentaria, porque esta relativo. Algunos lo hacen con código QR y no	No tiene.	No, más que todo en la identificación. Lo que cuesta es identificar talles,

		esta tan difundido eso, me parece que debería ser más corriente eso. Usar un poco la tecnología, no solo en los materiales de construcción sino la tecnología que empodera.		marcas y particularidades, detalles de las prendas. [...] también te gusta ver que talle es y eso cuesta porque no está en gran tamaño, como necesitamos quienes tenemos baja visión o en braille. Identificar como está distribuida la ropa es muy difícil. Y a donde están los probadores
Métodos utilizados para organizar la ropa y combinarla cotidianamente	No utiliza ningún método.	Organizo por un lado manga corta por estante, después las mangas larga y en las perchas tengo las camisas, que esas son siempre para vestir. Siempre buscan ser combinables con los pantalones que tengo. Son todos clásicos.	organizo la ropa por color y por tipologías	Yo tengo mi ropa organizada, las camisas más de todos los días en una percha y las más nuevitas en otra. Con las remeras lo mismo, un cajón con las remeras viejas y las de fútbol y las para salir en otro. Pero no tiene que ver con la baja visión
Prejuicios percibidos en la sociedad.	Creo que hoy en día no tanto, las personas tienen una mente mucho más abierta y con más posibilidades de incluir a cualquier tipo de persona. La verdad que yo hoy en día no lo percibo de esa manera pero si hubiera creo yo que es el primer contacto, después cuando conoces a la persona y las personas te conocen no	Si, muchos. Por ahí se lo confunde con la sordera, no ve quizás no escuche y quizás es tonto también. Como si no ver fuera una carencia que genera otras.	si y muchos por ejemplo cuando te ven parado en una esquina vos ves que pasan 200 persona y son pocos los que se acercan y te preguntan che te ayudo a cruzar o necesitas ayuda	Se piensan que somos eternos niños, o se piensan que somos superhéroes porque trabajamos o tenemos una familia. Como una sorpresa de que vos puedas hacer una actividad "normal". Ni hablar de la vida privada o la vida sexual. Se creen que sos un niño, que en tu vida vas a tener nada con nadie
Obstáculos para integrarse socialmente	Creo que puede haber obstáculos pero que uno a veces se los puede poner. Uno tiene que desarrollar otras maneras de comunicarse con las personas si no lo podemos hacer como lo hace una persona que no tiene discapacidad. Puede ser un obstáculo	Si, los prejuicios generan obstáculos. Para mí el problema es la interacción, porque si hay prejuicios no asumidos eso puede generar barreras en la interacción. Y a su vez si yo como persona ciega detecto a tiempo ese prejuicio y trato de solucionarlo eso	Creo que los obstáculos los ponemos nosotros, si bien la sociedad también pone los suyos pero nosotros nos ponemos también. Por ejemplo cuando decimos que nos vamos a juntar todos los chicos ciegos y ¿por qué?	Primero los prejuicios, rótulos. Son barreras actitudinales, son cuestiones culturales. Después tenemos las barreras físicas, que te falte la señalización en braille o en alto contraste y en

	pero que en realidad te obliga a desarrollar otras capacidades. creo que hoy en día cualquier persona con discapacidad ha aprendido a descubrir sus capacidades y a explotarlas y eso la sociedad también lo ve	también marca mucho la continuidad de esa interacción. sentís que tenes que demostrar		macro tipo para que las podamos ver las personas con baja visión que la señalética en general este pensada. En realidad el mundo todo está pensado para lo que ven bien, escuchan bien, entienden bien todo
Qué beneficios aportarían más estudios sobre esta discapacidad desde la disciplina		tiene que ver con un empoderamiento, de poder gozar de un derecho básico, una necesidad básica de abrigo	Empatía, de ponerse en el lugar del otro. Empezar a pensar un poquito en el otro.	Muchísimos porque poder entender las necesidades específicas de un grupo determinado, en este caso la baja visión o la ceguera es muy interesante, muy importante
Conocimiento acerca de establecimientos que trabajen indumentaria adaptada	No tiene conocimiento.	No tiene conocimiento.	No y me parece una tontería absoluta que exista.	Acá en Villa María una emprendedora trabaja con indumentaria adaptada que se está haciendo muy conocido acá. Está trabajando con ropa con las etiquetas alto-contraste y alto-tamaño y braille
Propuestas pertinentes para brindar autonomía a las personas con discapacidad visual desde la indumentaria	Más información, etiquetar las prendas, alguna descripción, con alguna app que la persona pueda saber que colores hay, que talles. Asesoramiento de las cosas que se usan, de las tendencias, de los colores. También las texturas, hacer la ropa que se pueda identificar cual es el derecho y cuál es el revés, que se identifique bien que va para adelante y que va para atrás	Los accesorios para vestir con tecnología. Que se piense de una manera más heterogénea, que se utilice la tecnología en las prendas. Zapatos con vibraciones que te diga cuando hay un pozo o algo.	Contrastes, texturas, para las personas con baja visión la luminosidad del lugar, eso creo que ayuda mucho para poder distinguir los colores. Marcar con relieve las texturas	Que tenga las etiquetas sobretodo que tengan identificación con buena letra, que queden lindas y bien usables, útiles. A lo mejor por fuera de la ropa algo que la señale y que te diga que tela es, que talle es, la marca. Ahora nosotros usamos mucho el código qr. Accedemos a muchas cosas a través del teléfono

Presentación y declaración de consentimiento informado para personas con discapacidad visual.

Mi nombre es Ana María Casas, soy estudiante de la Universidad Siglo 21. Usted ha sido invitado a participar del estudio titulado “LA INDUMENTARIA COMO HERRAMIENTA DE INCLUSIÓN”, a cargo de la profesora Anna Cubeiro Rodríguez. Se lo explicaré detalladamente. Por favor, haga las preguntas necesarias sobre cualquier aspecto que no comprenda. Si no tiene preguntas ahora, puede hacerlo en cualquier momento de la investigación, por los medios de contacto que le dejaré al final. Su participación es voluntaria, pudiendo retirarse en cualquier momento que lo desee. La siguiente entrevista se realiza en el marco de una tesis académica para la Licenciatura de Diseño de Indumentaria y textil en la Universidad Siglo 21. La misma se realizará de manera virtual mediante la plataforma zoom, dicha entrevista será grabada y se utilizarán los datos obtenidos, únicamente con fines académicos. Los participantes serán identificados sólo con su nombre de pila, resguardando los demás aspectos identificatorios de su identidad. El objetivo de esta investigación es “Indumentaria para personas con discapacidad visual”, pudiendo publicar esta tesis con su consentimiento.