

Cambiar la forma de pensar respecto al envejecimiento: reto metodológico para el diseño de vestuario

Carmen Gómez Pozo(*)

Resumen: En el marco de la década del Envejecimiento Saludable 20-30, esta investigación hace valer la máxima de “Cambiar la forma en que pensamos, sentimos y actuamos hacia la edad y el envejecimiento”. Gestionada por VIAS, (Visión-Innovación- Acción-Sociedad) “Diseño Amigable”, programa inscrito en la Oficina Nacional de Diseño de Cuba, define como objetivo: proponer pautas metodológicas para explorar las necesidades vestimentarias de las mujeres adultas mayores. Este trabajo, expone los resultados parciales del diagnóstico encaminado a identificar las vías más efectivas para esa exploración. La muestra objeto de estudio se estructura en dos grupos, quienes demandan el vestuario, las mujeres mayores de 60 años, y los proveedores, integrado por la industria, comercializadores y diseñadores. Los resultados obtenidos, a través de encuestas online (para el grupo proveedor) e impresas (para el grupo demandante), evidencian la importancia de estudiar este segmento de edades, desterrando antiguos paradigmas y estereotipos acerca de sus comportamientos y preferencias. Proporcionan coeficientes de correlación que, al contrastarlos, demuestran la necesidad de revolucionar los métodos, técnicas y herramientas para la investigación orientada al diseño de vestuario de las mujeres adultas mayores. Ante la ausencia de información para el desarrollo de diseños de vestuario para este grupo etario, se revela la necesaria capacidad de empatía del diseñador y sus retos para asumir el rol como facilitadores en intercambios que tomen al usuario como centro. Las conclusiones se corresponden con el lema que promueve Cuba para la década del envejecimiento, el cual expresa que “envejecer es revolucionar”. Palabras clave: innovación, tecnología, proyectos de investigación

Palabras clave: envejecimiento - diseño de vestuario - adulto mayor.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 55]

(*) Directora de Registro y Desarrollo Profesional Oficina Nacional de Diseño, Cuba

Introducción

Para el período 2015-2050, los pronósticos demográficos en Cuba indican que el grupo etario de las mujeres adultas mayores que en el 2027 tendrá 60 años en la provincia de La Habana se mantendrá, hasta el año 2035, con una cifra de más de 20 mil cada año. Si se considera que estas resultan las edades cercanas a la jubilación (para las mujeres 60 y para los hombres 65) donde las mujeres aún se mantienen contribuyendo dentro y fuera del hogar, se confirma la necesidad de atender de forma distintiva sus expectativas y necesidades. Estas cifras también se manifiestan de forma creciente a nivel de país; hasta 2036, se aprecia un comportamiento de más de 90mil anualmente. Contrariamente, el caso del segmento masculino nunca llega a alcanzar los 19mil en la provincia de La Habana; para ese mismo análisis en Cuba, la cifra de 90mil solo se aprecia por debajo de los 63 años, edad que se inscribe antes de la establecida para la jubilación. A esto se añade, según fuentes de Cubadebate y el Ministerio de Salud Pública de Cuba, que en el período 2018-2020, la esperanza de vida al nacer de las mujeres ha sido de 80.15 años y en los hombres de 75.33 años.

Ante estas estadísticas, el programa VIAS, (Visión-Innovación- Acción-Sociedad) Diseño Amigable, gestionado por la Oficina Nacional de Diseño de Cuba, define como objetivo: proponer pautas metodológicas para explorar las necesidades vestimentarias de las mujeres adultas mayores. En este trabajo, se exponen los resultados parciales del diagnóstico encaminado a identificar, las vías más efectivas que pueden implementarse para explorar las necesidades vestimentarias de estas usuarias como fuente de información para el desarrollo del proceso de diseño.

Se parte de la hipótesis de que el conocimiento claro de sus necesidades y aspiraciones personales será un aporte sustancial del diseño a su crecimiento personal en tanto, la vestimenta puede resultar más coherente y evitar disonancias en su imagen y proyección social. Con esos resultados, la vestimenta, llamada segunda piel, podrá acompañar mejor a las adultas mayores que han sido caracterizadas como mujeres mayores que parecen vivir en el hoy, pero ancladas en el ayer y pocas veces se aventuran a un mañana (Durán, 2013). Por otra parte, en el 55 Consejo Directivo de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), celebrado en septiembre del año 2016, en el que participaron los ministros y delegados de los 35 Estados miembros, la directora de la OPS, Carissa F. Etienne, expresó: que de cara al futuro, debemos preparar a nuestros gobiernos y pueblos para responder con eficacia al rápido envejecimiento y crecimiento de nuestra población. Para Cuba, el envejecimiento no es únicamente un desafío, más bien es un notable logro de la sociedad, aunque es, sin dudas, demandante de una especial atención por parte del Estado y de la sociedad en su conjunto.

En el marco de la Década de las Naciones Unidas para el envejecimiento saludable. La proclamación del “Decenio del Envejecimiento Saludable 2020-2030” convoca a tener en cuenta la importancia decisiva de la solidaridad intergeneracional para el desarrollo social y promueve “Cambiar la forma en que pensamos, sentimos y actuamos hacia la edad y el envejecimiento”. Esta directriz del decenio acompaña la visión de expertos cubanos cuando enuncian el envejecimiento saludable como una oportunidad para el desarrollo, que debe dejarse de ver la salud solo como la ausencia de enfermedades y se deben concentrar

los esfuerzos en su prevención y el mantenimiento de las capacidades para que las personas mayores puedan vivir como ellas elijan (Cintra Cala & Fernández Seco, 2022). Diseñar para este segmento de edades resulta una necesidad imperiosa que se reafirma con el papel que juega la mujer en la sociedad cubana y su capacidad de asumir nuevos desafíos ante los cambios de roles sociales y familiares. En ello, el diseño de vestuario, tiene el deber de reinterpretar esos nuevos roles y servir de facilitador en su desempeño cotidiano con estructuras amigables con la piel, el clima, soluciones ergonómicas accesibles en sus cierres, los movimientos y cambios fisiológicos que ocurren.

Esta investigación evidencia que, los modos de reconocer y explorar las necesidades de estas mujeres se deben transformar en la misma medida que se han transformado sus radios de acción, sus relaciones interpersonales y expectativas respecto a su lugar y aportes en la sociedad.

El estudio de las necesidades vestimentarias de este segmento debe considerar en primera instancia la declaración de la Organización Mundial de la salud cuando expone en su Informe Mundial de Envejecimiento y la Salud (2015) que: “El enfoque recomendado ante el envejecimiento de la población, que tiene en cuenta la sociedad e incluye el objetivo de construir un mundo favorable a las personas mayores, requiere transformar los sistemas de salud del modelo curativo a la prestación de cuidados integrales, centrados en las necesidades de las personas mayores”

Las pautas metodológicas para explorar las necesidades vestimentarias

Desde la perspectiva metodológica, al indagar en experiencias investigativas acerca de las necesidades de los usuarios, el enfoque académico aparece en las consolidadas experiencias de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín donde se confirma que las problemáticas de las investigaciones que, confunden las variables de la práctica del diseño como resultado de un producto del diseño, con la investigación y herramientas del proyecto de investigación (Montoya, 2019). El mismo autor afirma que, la fase inicial del proyecto de diseño dista mucho de una verdadera investigación, y alerta que la investigación no se logra en su totalidad, si solo se enmarca y trasciende en forma de producto. Respecto al diseño de vestuario, coincide en distinguir el valor de la relación cuerpo-prenda-contexto y enfatiza que las herramientas de la investigación son el ADN para explorar acerca de ese vínculo, y quien las utilice, tendrá dicho factor diferenciador.

En esa misma medida, nuestra propuesta se dirige a responder el problema científico enmarcado en: ¿Cómo contribuir al proceso de diseño de vestuario respecto a la identificación de las necesidades de las mujeres cubanas mayores de 60 años? El mismo confirma la necesidad de implementar técnicas y herramientas como parte de investigaciones aplicadas que tributen al desarrollo de productos, pero no centradas en el propio proceso de diseño. Otras interpretaciones exponen claramente que la investigación para el proyecto tiene dos aristas: la investigación como etapa y la investigación aplicada (Beltrán et al., 2018). Las pautas metodológicas que la investigación se encamina a proponer, asumen

como principios: Vincular las ventajas y posibilidades de las herramientas y técnicas tradicionales de la investigación científica con las técnicas que habitualmente se incluyen de forma distintiva en los procesos de diseño de vestuario.

Un primer análisis suscribe la investigación propuesta por Beltrán, Bravo et al. 2018, al señalar que un factor determinante son las condicionantes que impone asumir al usuario mujeres mayores de 60 años como parte integrante del proceso (Arroyo Menéndez & Finkel Morgenstern, 2019). Por otra parte, al inscribirnos en el diseño de vestuario, aparecen un conjunto de técnicas y herramientas que distinguen el proceso creativo que muestran una potencial incidencia en la concepción de las vías para explorar las necesidades de este segmento de población. En este trabajo, se decide tomar como referencia el término “vías” para identificar el “cómo llevarlo a cabo”, en tanto una misma forma de recopilar los datos, puede estar concebida a partir de la fusión o reinterpretación de cualquiera de las técnicas y herramientas habituales con otros alternativos devenidos del diseño de vestuario.

En el camino hacia el conocimiento del estado que se tienen acerca de las vías para explorar las necesidades de este peculiar segmento de población, el primer reto fue identificar la composición de la muestra sobre la cual aplicar el diagnóstico. Es así, que la misma se estructuró en dos grupos, los proveedores de la ropa, dígame: diseñadores, especialistas de la industria y comercializadores, y los receptores del vestuario, muy bien caracterizadas por las mujeres adultas mayores.

La muestra objeto de estudio involucra en el Grupo 1 que incluye a los proveedores de vestuario a: 37 diseñadores de vestuario que pertenecen al Registro Nacional de Diseñadores Industriales y Comunicadores Visuales, 16 especialistas del sector productivo vinculados al diseño y desarrollo de productos vestimentarios y textiles y 31 personas que de una forma u otra se dedican a la comercialización de este tipo de productos. Por su parte, las mujeres adultas mayores se inscriben en un total de 19, las cuales se encuentran en plenas condiciones físicas con gran disposición a mantenerse activas contribuyendo y aportando a la sociedad y su entorno. Con la definición del perfil de las usuarias no se pretende necesariamente generalizar los resultados del estudio, sino promover que éstos puedan ser analizados e interpretados como transferencia a otras experiencias, en otro contexto y con otras características, el objetivo es la riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad ni la estandarización.

El objetivo del diagnóstico se centró en contrastar las respuestas de ambos grupos dirigidas a identificar las herramientas y métodos que supone efectivas el primer grupo, contrastadas con la opinión acerca de las expectativas de efectividad y adecuación de las mismas, que consideran las usuarias del segundo grupo. Con estos presupuestos, el resultado parcial del diagnóstico que incluye este trabajo, se basa en la aplicación de dos técnicas a los públicos que forman parte de la muestra: la encuesta online (proveedores) y la encuesta impresa (mujeres adultas mayores). Los argumentos que fundamentan la selección de estas técnicas se reflejan en la Tabla 1.

Encuesta online proveedores	Encuesta impresa mujeres adultas mayores
<p>Al ser personas del sector de la vestimenta, poseen una motivación e interés por aportar y este tipo de encuesta resulta muy compatible e idónea con su nivel de actividad profesional logrando mayor alcance y efectividad.</p> <p>Técnicamente, otras ventajas son: Permite trabajar con preguntas directas de selección que no demoran más 15 minutos en responderse y sólo requieren de scrolling vertical; no se emplean más de 5 escalas en las preguntas cerradas y en las de selección no se rebasa de 13 atributos donde el máximo es 15.[5]</p>	<p><i>Al resultar un grupo con el que el Programa VIAS viene trabajando con anterioridad, existe empatía y complicidad con los encuestadores. Se aplican en el propio escenario de reunión en que realizan sus ejercicios, lo cual no genera tensión ni desconfianza.</i></p> <p>Aunque se realice una prueba piloto del cuestionario, la aplicación de este tipo de técnica permite realizar observaciones paralelas acerca del comportamiento del grupo respecto a la reacción en cada pregunta, su nivel de comprensión y calidad de redacción y ofrece la posibilidad adicional de recibir retroalimentación de primera mano.</p>

Tabla 1: Técnicas seleccionadas para aplicar a los públicos del diagnóstico.

Presentado el objetivo del diagnóstico y las técnicas empleados para la recopilación de la información, un elemento determinante resulta la identificación del “qué vías incorporar al cuestionario”, para alcanzar a sistematizar las opiniones de ambos grupos.

El reto de revolucionar las metodologías

La selección de las técnicas y herramientas que se ponen a consideración por parte de los dos grupos se atiende a las alertas de: valorar lo que se busca; si es desde la perspectiva individual utilizando la observación, la historia de vida o la entrevista personal, o si lo que buscamos tiene una perspectiva colectiva, donde resultan factibles la observación en grupo, la entrevista grupal o el grupo de enfoque (Hernández Sampieri et al., 2014). Las propuestas seleccionadas, también se sustentan en la triangulación de experiencias acumuladas en más de seis años, de trabajo sistemático interactuando con adultos mayores de la comunidad a través del Programa VIAS (Visión-Innovación-Acción y Sociedad). Se incluyen en ello, resultados de trabajos de graduación desarrollados por diseñadores de vestuario, arquitectos y sociólogos.

Los argumentos, desde el análisis de sus ventajas y desventajas, que respaldan la selección las técnicas y herramientas son los siguientes:

- **Encuesta impresa:**

Ventajas: En este caso persigue reconocer indicios generales acerca de cómo perciben las mujeres mayores de 60 años que ellas pueden involucrarse en la trasmisión de sus necesidades. Esta técnica permite recopilar el punto de vista individual que resulta muy importante para la toma de decisiones posteriores atendiendo a la heterogeneidad y diversidad de expectativas en un mismo grupo etario.

Desventaja: Por la propia experiencia de la autora, muchas veces, para este segmento de población, el encuestador se ve obligado a interactuar ante las deficiencias visuales del encuestado o dificultades con la escritura.

- **Encuesta online**

Ventajas: Dentro de las ventajas más relevantes de esta modalidad resulta, que el encuestado puede ajustar sus tiempos disponibles para responder, es más económica al no mediar transportación de los encuestadores ni gasto de papel, se eliminan las tareas de depuración manual de los cuestionarios y, además, dado que el número máximo de opciones de respuesta está prefijado, hay nulas posibilidades de errores en la grabación de la misma. Atendiendo a las limitaciones de movilidad que pueden existir en este segmento de las mujeres adultas mayores, resulta viable porque amplía los rangos de edades hacia las que no frecuentan lugares públicos y que, con la encuesta impresa, serían inaccesibles.

Desventajas: Si bien es cierto, no son frecuentes en Cuba la aplicación de la encuesta online a los adultos mayores, las fortalezas fueron valoradas atendiendo a la expansión que está teniendo la digitalización de la sociedad y sobre todo se fundamenta con la notoriedad que han tenido los grupos de WhatsApp a partir de la pandemia de COVID 19, donde esta vía de comunicación resultó muy efectiva para terapias y compensación ante la soledad y el aislamiento.

- **Entrevista Individual**

Ventajas: Permite ir nutriendo las ideas de una persona a otra e incluso ir modificando el instrumento enriqueciéndose y perfeccionándose en las sucesivas interacciones con los usuarios. Desde la perspectiva de la vestimenta, favorece ir a los detalles y complejidades individuales como fuente de enriquecimiento para asumir soluciones de beneficio colectivo y/o la diversificación de propuestas.

Desventajas: Si se quiere desarrollar en poco tiempo, conlleva la preparación de varios especialistas para que los enfoques se mantengan alineados y los resultados se dirijan a una misma dirección. De lo contrario, si lo realiza una misma persona, el tiempo es más dilatado y se corre el riesgo de que no se puedan contrastar experiencias de varios especialistas.

- **Trabajo en grupo**

Ventajas: En este estudio exploratorio cualitativo, la selección de los grupos para recolectar los datos, permite reunir las opiniones de un conjunto de personas que tienen in-

tereses comunes; en este caso, el interés por la salud y la imagen personal que reúne a las mujeres seleccionadas, las cuales realizan ejercicios físicos y actividades recreativas sistemáticamente. (Cuenca 2017) enfatiza en aplicar métodos colaborativos desde la gestión de diseño y otorga nuevos roles a los diseñadores desde una concepción de diseño participativo (DP). En esa dirección, ofrece gran importancia al uso del storytelling como técnica creativa muy potente en la fase de diseño generativo de innovación en codiseño y cocreación (Cuenca, 2017).

Desventajas: Puede considerarse que, al tratarse de grupos seleccionados no necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia. Para el caso de la exploración de las necesidades vestimentarias, las actividades grupales pueden ser muy enriquecedoras para las usuarias, pero para esta investigación se corre el riesgo de la sugestión e influencia colectiva para emitir criterios y juicios.

- **La observación de sus actividades**

Ventajas: Esta herramienta resulta válida y confiable si se identifican con claridad las categorías y subcategorías que permiten evaluar los comportamientos y situaciones observables. Para los adultos mayores resulta útil dado que permite analizar el comportamiento de personas con capacidades mentales distintas (Hernández Sampieri et al., 2014). En ese sentido, su selección permite recibir información acerca de las limitaciones frecuentes de movimientos, conductas, posturas y comportamientos que pueden resultar muy útiles para análisis ergonómicos y antropométricos.

Desventajas: Implican preparar muy bien al equipo que realizará la aplicación de la guía de observación, incorporando incluso registros fotográficos y audios que complementen las circunstancias más críticas y/o favorables del desempeño de las usuarias.

- **Mediante juegos interactivos**

Ventajas: El juego como actividad tradicional implica la interacción entre varias personas y esta socialización es vital para el reconocimiento de sus necesidades en tanto pueden, a la vez, disfrutar del proceso. En el caso de los adultos mayores, mostrar interés y preocupación por conocer sus necesidades se convierte en un elemento afectivo de suma importancia por el propio aislamiento que en ocasiones se encuentran del resto de la familia.

Desventajas: El juego que se incorpore deberá considerar un funcionamiento que resulte familiar o conocido a las personas mayores; por otra parte, el tiempo de juego no debe ser demasiado largo (no más de media hora de juego) ya que esto puede atentar contra el interés por participar y dificulta mantener la atención.

- **Invitándole a diseñar de conjunto:**

Ventajas: La respuesta a las necesidades es inmediata en tanto puede implicar una interacción sistemática en todas las fases del proceso, desde la etapa conceptual, las ilustraciones de siluetas, texturas, volúmenes, hasta la selección de materiales y las tecnologías para la ejecución y los acabados.

Desventajas: Es muy importante la capacidad de empatizar por parte del diseñador; por otra parte, tiene que estar garantizada la motivación del usuario a involucrarse y tener in-

quietudes por el tema, de lo contrario será sesgada la información. Requiere de un espacio confortable donde la persona mayor se sienta a gusto y realmente participe y actúe y no solo tome decisiones.

- **Empleando recursos visuales**

Ventajas: Se hace énfasis en este aspecto que puede estar incluido en cualquiera de los anteriores, atendiendo a la relevancia de poder mostrar gráficamente y a través de audio-visuales elementos como, por ejemplo: siluetas, efectos de superficie, acabados, materiales y ropa en general, en su propio contexto de uso e interacción funcional. Permite que el usuario aprecie elementos sobre los cuales no tiene referencias anteriores (Cuenca, 2017). Este autor también sugiere los paneles de inspiración, como instrumentos cualitativos de investigación que, a su vez, requieren niveles profundos de compromiso (de los participantes) durante el desarrollo de las diferentes etapas del proceso creativo. Coincidiendo con el papel de estas herramientas, (Cassidy 2011) respalda el uso como parte del proceso creativo y de investigación; establece la diferencia entre el panel que constituye una herramienta de investigación con datos visuales de calidad, y los paneles que simplemente presenta una colección (Cassidy, 2011).

Desventajas: Al implicar tantos recursos resulta más viable realizarse en grupos a modo de interacción; en este caso se requiere de organizar un buen guión y plan de desarrollo de la acción, de forma que se garantice recopilar desde las necesidades grupales hasta las individuales que de lo contrario no se recopilaron.

- **A través de desfiles de Modas**

Ventajas: Como espectáculo resulta muy motivante y estimulante para involucrar a las usuarias y fomentar un ambiente de complicidad e interés por atender sus necesidades. Por la propia naturaleza de la puesta en pasarela, permite la presentación de un amplio espectro de soluciones y alternativas en un breve y animado tiempo que resulta favorable para este segmento.

Desventajas: Ante el deslumbramiento y fascinación de la puesta en escena, el levantamiento de información puede ofrecer datos más cercanos a las expectativas que a las propias necesidades de las usuarias. Como el caso anterior, se requiere no descuidar el conocimiento desde la individualidad y la personalización. Ante la inevitable separación de los componentes de la imagen como lo identifica Moline (1997), el cuerpo, la vestimenta y la gestualidad, resultan muy determinantes en el estado de opinión de las usuarias, los modelos que se seleccionen, así como el ambiente que se genere con el espacio, las luces y la música.

Puede apreciarse que, ninguna de las vías resulta totalmente efectiva por sí sola, someterlas a criterio de los dos grupos definidos permite apreciar cuán posicionadas están y cuán favorable puede ser su aplicación de cara a obtener la información que se demanda como investigación aplicada que tributa al proceso de diseño.

Los resultados que inducen a cambiar las formas de pensar respecto al envejecimiento

El resultado que se presenta en este trabajo, se concentra en el análisis de una de las preguntas del cuestionario aplicado a ambos grupos. La misma refiere a Identificar las formas en que se puede obtener la información acerca de las necesidades de las mujeres mayores de 60 años, para su posterior incorporación como parte del proceso de diseño de vestuario. Su concepción parte de la hipótesis que imponen al revelar la necesidad de cambio de estereotipos y viejos paradigmas acerca de los usuarios adultos mayores, y particularmente las mujeres.

Al analizar los resultados del primer grupo de proveedores, por debajo del 40% encontramos las respuestas que no se consideran totalmente efectivas las encuestas impresas, la encuesta online, ni la posibilidad de incorporar juegos en las interacciones; también se desestiman las potencialidades de obtenerlo a través de desfiles o incluyendo recursos visuales en el desarrollo del levantamiento de información. Sólo se valoran como efectivas, por encima del 60% las entrevistas individuales, el trabajo en grupos y la observación de sus actividades.

Las respuestas del segundo grupo de mujeres adultas mayores evidencian que esta generación de mujeres cubanas ha transformado sus roles sociales y su visión respecto al interés por renovar su imagen. Es así, que dentro de los datos más distintivos se aprecia la preferencia por transmitir sus necesidades a partir de la participación en desfiles de moda en un 53%, ésta forma de relacionarse se complementa con las preferencias del trabajo en grupo en un 42%; sin embargo, el interés de incorporar recursos visuales como parte del intercambio, que requiere de más concentración y capacidades visuales, se manifestó en un 37%. En este mismo sentido, la percepción e interés hacia la moda, en investigaciones relacionadas con este tema, manifiesta que un 48% lo confirma y que casi un 70% lo relaciona con el interés por al tipo de materiales y colores que pueden resultar más apropiados a la edad y el contexto. Se evidencia una de las aristas estereotipadas que consignan no demandar la renovación del ropero y el desinterés por resultar coherentes con los estilos de vestimenta imperantes.

Un resultado muy interesante se presenta al contrastar las respuestas acerca de la posibilidad de aplicar la encuesta online; los resultados de la encuesta impresa aportan que sólo el 16% estaría de acuerdo en emplear esta vía, sin embargo, en un sondeo y botón de muestra realizado a este mismo segmento de las mujeres adultas mayores, se recibió un nivel de respuesta de un total de 120 personas en menos de 72 horas. Ello evidencia la presencia de redes y sistemas de comunicación entre ellas muy efectivos.

Los antecedentes metodológicos presentados inducen a utilizar otros métodos para el análisis de los resultados que permitan hacer converger las técnicas empleadas para el diseño de vestuario con las herramientas e instrumentos de investigación. En esa dirección de análisis surge el método de correlacionar los resultados de las diferentes técnicas aportadas por los dos grupos, proveedores y demandantes. A partir de ello se asume que los cercanos a 1 pueden integrarse favorablemente y tributar al levantamiento de información. En consecuencia, se definen los que tienen una correlación positiva fuerte por encima de 0.95 como aquellos que pueden combinarse y hacer sinergia en el proceso de

exploración de las necesidades vestimentarias de las mujeres adultas mayores. En ese sentido los métodos de recolección de datos que están más alineados entre sí son:

1. El trabajo en grupo y la entrevista individual. Su integración resulta muy favorable en tanto suple la debilidad del trabajo en grupo que no permite ir al detalle de las demandas individuales y el comportamiento heterogéneo de estas usuarias.
2. La observación de sus actividades con la entrevista individual y el trabajo en grupo. Esta articulación sugiere retos al profesional del diseño que decida investigar dado que promueve la concepción de situaciones y simulación de problemáticas que permitan la recopilación de información a través de diferentes vías. Induce a un sólido trabajo en equipo donde el panel de inspiración y el storytelling puede estimular la exposición auténtica de las necesidades.
3. Invitándolas a diseñar de conjunto con la entrevista individual, el trabajo en grupo y la observación de sus actividades. Esta combinación puede favorecer la adjudicación de roles diferentes entre las mismas usuarias a partir de sus habilidades. Con esta alternativa puede realmente fomentarse un proceso participativo de forma que todas se involucren en el proceso de diseño y entre ellas mismas se fomenta la captación de información. Al igual que las anteriores lleva un proceso previo de concepción detallada y a ello se suma la identificación del papel que puede jugar cada adulta mayor y los investigadores implicados.
4. Empleando recursos visuales para la selección de sus preferencias con la encuesta impresa y el trabajo en grupo. El reto mayor de este esquema se enmarca en la selección de los recursos visuales y la posibilidad de dejar un espacio abierto a que se incorporen otros que no están y puedan suscitar el interés de las usuarias. Si se estimula la dimensión participativa un elevado componente del proceso puede partir de los aportes personales con fotografías, videos.

La correlación de las respuestas de ambos grupos que se ha presentado, si se contrastan con las respuestas aisladas acerca de la aceptación mayor o menos de cada técnica, refieren una tendencia contradictoria para la toma de decisiones. Por ejemplo, la aceptación del desfile de modas que pudo apreciarse en un 53% no aparece como alternativa en ninguna de las interacciones con las demás técnicas, todo lo contrario, se muestra con valores negativos. Una arista que ilustra los posibles contrastes en los resultados es el comportamiento de los rangos etarios de la muestra: de las 19 encuestadas el 21,05 % se encuentran entre 60 y 65 años, con el mismo valor del 21,05% se encuentran entre 66 y 70 años, y el 57,8% está entre 71 y 80 años. Este aspecto se considera relevante para el análisis de las posibles vías a seleccionar dado que, en los propios intercambios de la encuesta impresa aplicada, se evidencia que las herramientas deben concebirse de forma diferenciada. Pudo apreciarse que el nivel de actividad social y la capacidad de responder con agilidad y clara comprensión se comportaba bien diferente entre las edades de 60 a 70 y las de 70 a 80.

Estos resultados confirman dos direcciones de trabajo fundamentales en el momento de proponer las pautas metodológicas:

- En primer lugar, se aprecia que, la aplicación de herramientas de indagación acerca de las necesidades de determinados grupos de usuarios, no pueden aplicarse de forma mi-

mética y directa sin conocer las esencias de esos usuarios y valorar sus comportamientos desde todas las aristas posibles para decidir cómo acercarnos a ellos y cómo involucrarse.

- Un segundo aspecto refiere que, cuando estamos abordando el entorno de los adultos mayores vinculado a la vestimenta, aflora su función de doble piel con todas las connotaciones simbólicas y no verbales que lleva consigo; desde la protección del cuerpo como fenómeno físico, hasta el puente de comunicación que se establece a través de nuestros atuendos. “... el vestir es también quien articula en esta manifestación exterior lo que las instancias psíquicas manifiestan del sujeto” (Tuozzo & López, 2021).

Conclusiones

Para que el proceso de exploración de las necesidades vestimentarias de las mujeres adultas mayores resulte una contribución al proceso de diseño, se hace necesario identificar una metodología de investigación flexible y abierta para que se adecue, tanto a las características de los usuarios, su grupo etario y contexto sociocultural, como los principios reinterpretados para el intercambio con los adultos. La identificación de métodos y herramientas con estas características, deben orientar cuidadosamente los pasos y/o etapas del proceso de investigación de la exploración de las necesidades.

La estructuración del proceso de exploración, como parte de las pautas metodológicas debe estar concebido como un guión (una trama que combine adecuadamente métodos, técnicas y medios) apropiados para alcanzar los objetivos deseados. Debe ser considerada por el investigador- diseñador como facilitador de una fase de creatividad y de innovación metodológica. En ello, todo proceso de exploración duradero debe estar arraigado a una problemática clara que estimule la reflexión y el razonamiento desde la comunidad de intereses y vivencias, y en ese sentido, es indispensable diagnosticar el nivel de conocimientos, las expectativas y el humor de los usuarios respecto a su vestuario, antes de empezar el proceso correspondiente. El valor de este trabajo se sustenta en la importancia de conocer sus necesidades ante la capacidad que tiene el producto vestimentario para incidir en la transformación y renovación de la imagen vestimentaria de las personas mayores como vía de garantizar y propiciar un envejecimiento activo y saludable.

Esta problemática, que promueve remover los paradigmas tradicionales, no estereotipar y no homogeneizar los criterios acerca de este segmento poblacional, encuentra respaldo en las proyecciones de la Federación Internacional de las Asociaciones de Personas Mayores (FIAPA) al exponer en su Manifiesto de La Habana “La visión negativa de las personas adultas mayores es uno de los principales factores que influyen en su propia exclusión social”.

Agradecimientos

A las queridas integrantes del Grupo “Flores de Tulipán” que siempre se han mostrado dispuestas y colaboradoras con esta investigación.

Referencias

- Arroyo Menéndez, M., & Finkel Morgenstern, L. (2019). *Encuestas por Internet y nuevos procedimientos muestrales*.
- Beltrán, I. C. B., et al. (2018). *Metodología de Diseño de Producto bajo la estructura de Innovación y Creatividad*. Estudio de revisión. *Revista Espacios*, 39(11), 20.
- Cassidy, T. (2011). *The mood board process modeled and understood as a qualitative design research tool*. *Fashion Practice*, 3(2), 225-251.
- Cintra Cala, D., & Fernández Seco, A. (2022). El envejecimiento saludable como una oportunidad para el desarrollo. In A. D. Fernández Seco & D. Cintra Cala (Eds.), *Envejecimiento saludable en Cuba* (pp. 139-151). La Habana: Editorial Ciencias Médicas.
- Cuenca, D. P. (2017). *Codiseñando en la didáctica de la moda*. *Educación artística: revista de investigación* (EARI, 8), 178-194.
- Durán, G. A. (2013). *Algunas Características de las Adultas Mayores en Cuba*.
- Hernández Sampieri, R., et al. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). México: McGraw Hill.
- Molinet, M. E. (1997). *La piel que habito*. La Habana, Cuba: Ediciones Letras Cubanas.
- Montoya, F. A. Z. (2019). *Investigación y proyecto; revisión de casos para el diseño de vestuario*. *Actas de Diseño*, 26.
- Tuozzo, M. V., & López, N. (2021). *Hipermoda. Parte II. El entramado psicológico y social de la moda y el género, una perspectiva transdisciplinar*. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. *Ensayos*, (127), 31-41.

Abstract: In the framework of the decade of Healthy Aging 20-30, this research upholds the maxim of “Changing the way we think, feel and act towards age and aging.” Managed by VIAS, (Vision-Innovation-Action-Society) “Friendly Design”, a program registered in the National Design Office of Cuba, defines as its objective: to propose methodological guidelines to explore the clothing needs of older women. This work presents the partial results of the diagnosis aimed at identifying the most effective ways for this exploration. The sample under study is structured into two groups, those who demand the clothing, women over 60 years of age, and the suppliers, made up of the industry, marketers and designers. The results obtained, through online surveys (for the supplier group) and printed surveys (for the demand group), show the importance of studying this age segment, banishing old paradigms and stereotypes about their behaviors and preferences. They provide correlation coefficients that, when contrasted, demonstrate the need to revolutionize the methods, techniques, and tools for research aimed at designing clothing for older women. Given the lack of information for the development of clothing designs for this age group, the necessary capacity for empathy of the designer and their challenges to assume the role of facilitator in exchanges that take the user as the center are revealed. The conclusions correspond to the motto that Cuba promotes for the decade of aging, which states that “to grow old is to revolutionize.” Keywords: innovation, technology, research projects.

Keywords: aging - clothing design - older adult.

Resumo: No âmbito da década do Envelhecimento Saudável 20-30, esta investigação reforça a máxima de “Mudar a forma como pensamos, sentimos e agimos em relação à idade e ao envelhecimento”. Gerido pela VIAS, (Visão-Inovação-Ação-Sociedade) “Design Amigável”, programa registrado no Escritório Nacional de Design de Cuba, define seu objetivo: propor diretrizes metodológicas para explorar as necessidades de vestuário das mulheres idosas. Este trabalho expõe os resultados parciais do diagnóstico visando identificar os caminhos mais eficazes para esta exploração. A amostra em estudo está estruturada em dois grupos, os que demandam o vestuário, mulheres com mais de 60 anos, e os fornecedores, formados pela indústria, feirantes e designers. Os resultados obtidos, através de inquéritos online (para o grupo fornecedor) e inquéritos impressos (para o grupo demandante), mostram a importância de estudar esta faixa etária, banindo velhos paradigmas e estereótipos sobre os seus comportamentos e preferências. Eles fornecem coeficientes de correlação que, quando contrastados, demonstram a necessidade de revolucionar os métodos, técnicas e ferramentas de pesquisa voltadas ao design de vestuário para mulheres idosas. Na ausência de informações para o desenvolvimento de designs de roupas para essa faixa etária, revela-se a necessária capacidade de empatia do estilista e seus desafios para assumir o papel de facilitador em trocas que tenham o usuário como centro. As conclusões correspondem ao lema que Cuba promove para a década do envelhecimento, que afirma que “envelhecer é revolucionar”.

Palavras-chave: inovação - tecnologia - projetos de pesquisa - envelhecimento - figurino - idoso.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
