

Descubrir Necesidades De Grupos Minoritarios A Través De Grupos Focales Con Empatía Y Afecto: Diseñar Cursos De Formación Para Mejorar El Bienestar

Unveiling The Needs Of Minority Groups With Empathy And Affection
Through Focus Groups: Designing Training Courses For Enhancing
Well-Being



Anna del Corral

ELISAVA, Facultad de Diseño e Ingeniería de Barcelona (UVic - UCC)
España

adcorral@elisava.net

<https://orcid.org/0000-0002-7762-4095>

Ainoa Abella

ELISAVA, Facultad de Diseño e Ingeniería de Barcelona (UVic - UCC)
España

aabella@elisava.net

<https://orcid.org/0000-0001-6375-0317>

Judit Altimir

ELISAVA, Facultad de Diseño e Ingeniería de Barcelona (UVic - UCC)
España

juditaltimirmanent@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0002-8088-1399>

Eugènia Marti

Barcelona centre de Disseny
España

emarti@bcd.es

<https://orcid.org/0009-0008-4282-8144>

Fecha de recepción: 17 de noviembre de 2023. Aceptación: 28 de abril de 2024.

Resumen

En España, las personas mayores de 65 años representan casi el 20% de la población. No es una minoría, pero su presencia en la sociedad parece serlo; el edadismo, o discriminación por motivos de edad, puede limitar la capacidad de la sociedad de beneficiarse de lo que las poblaciones más mayores pueden aportar, aparte de erosionar la solidaridad intergeneracional.

La discriminación por edad afecta emocionalmente, puede cambiar la forma en que nos vemos a nosotros mismos y repercutir en nuestra salud y bienestar. Este fenómeno se ha asociado con una peor salud física y mental, y una menor esperanza de vida (7,5 años menos) (Solidaridad Intergeneracional, 2019).

La Fundación Caixa, a través de su Programa de Personas Mayores, impulsa proyectos para mejorar la calidad de vida de estos ciudadanos, al promover un estilo de vida activo conectado con el entorno, así como prevenir y afrontar la soledad y el aislamiento. Dicho programa encargó a Barcelona-Centro de Diseño y al equipo de investigadoras de Elisava el diseño de tres cursos para las personas mayores cuyo concepto se basa en el bienestar y el vestir de estas personas. El diseño de los cursos ha sido avalado por un fisioterapeuta, doctor en Ciencias de la salud.

El artículo presenta cómo el diseño, a través de procesos y metodologías de investigación de usuario, *Focus Group*, en este caso, puede ayudar a evidenciar las necesidades de un colectivo minoritario o excluido en la sociedad, ya que se centran en comprender mejor a las personas con una visión empática, inclusiva y afectiva.

Palabras clave: edadismo, empatía, inclusión, afecto, bienestar, cursos de formación, diseño participativo.

Abstract

In Spain, people over 65 represent 20% of the population. They are not a minority, but their presence in society seems to be. Ageism, or age discrimination, can limit society's ability to benefit from what older populations can contribute and erode intergenerational solidarity.

Ageism affects us emotionally, can change how we see ourselves, and can impact our health and well-being. This phenomenon has been associated with poorer physical and mental health and lower life expectancy (7.5 years less) (Intergenerational Solidarity, 2019).

Through its Senior Citizens Program, the "la Caixa" Foundation promotes projects to improve the quality of life of these citizens by promoting an active lifestyle connected with the environment and preventing and coping with loneliness and isolation. This program commissioned Barcelona Design Center and Elisava's team of researchers to design three courses for the elderly whose concept is based on the well-being and dressing of these people. A physiotherapist and doctor in Health Sciences has endorsed the concept of the courses.

The article presents how design, through user research processes and methodologies, Focus Group in this case, can help to highlight the needs of a minority or excluded group in society as they focus on better understanding people with an empathetic, inclusive, and compelling vision.

Keywords: ageism, empathy, inclusion, affection, well-being, training courses, participatory design.

Introducción

En la Agenda 2030 de la Organización Mundial de la Salud (OMS) se formulan los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Entre ellos, el ODS 3 es “Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades” (Organización Mundial de la Salud, 2015, s.p.).

Aunque no hay un consenso en la definición de bienestar, sí que hay aspectos que pueden clasificarse dentro del bienestar integral. Entre ellos se destacan el bienestar físico, el bienestar social, el bienestar emocional y el bienestar psicológico (Araya *et al.*, 2022); la relación de todos o algunos de los mencionados en armonía son los que permiten lograr un bienestar integral en el entorno diario.

Esta misma relación entre el bienestar y la valoración que las personas hacen de las circunstancias personales y la función dentro de la sociedad se pueden medir con la herramienta de Escalas de Bienestar Social (Blanco y Díaz, 2005; Hernández, 2022). Las dimensiones que comprenden estas escalas de bienestar son la integración social, la aceptación social, la contribución social, la actualización social y la coherencia social.

En referencia a las personas mayores, el edadismo tiene un vínculo directo con las escalas del bienestar social, ya que se refiere a los estereotipos (cómo pensamos), los prejuicios (cómo sentimos) y la discriminación (cómo actuamos) hacia los demás o hacia uno mismo, en función de la edad (World Health Organization, 2021).

Jackson (2009) indica que toda sociedad se aferra a un mito por el que vive, y que para la actual sociedad de consumo el mito es el crecimiento económico. Esto ha provocado que en las últimas seis décadas el objetivo político más importante en todo el mundo haya sido la búsqueda del crecimiento económico.

Para mantener este mito, la estructura social actual se ha ido configurando en el tiempo, para dar servicio a la economía. Crecer es crecer económicamente, se debe producir y ser productivo. Los ciudadanos no productivos, o bien por ser jóvenes y no haber entrado aún en el sistema productivo o bien por ser mayores y haberlo abandonado por jubilación, sufren la discriminación por edadismo. La discriminación por motivos de edad se suma a otras formas de discriminación, como sexo, raza, discapacidad, y las exacerba (World Health Organization, 2021).

En referencia a las personas mayores, el edadismo está arraigado en la sociedad. La mitad de la población mundial da muestras de edadismo hacia las personas mayores (Solidaridad Intergeneracional, 2019), y se retroalimenta al fomentar estereotipos de aislamiento social y la idea de que las personas mayores son una carga económica (Solidaridad Intergeneracional, 2019). La idea de que la productividad disminuye con la edad es un mito que perpetúa la discriminación en el ámbito laboral.

La discriminación por edad puede cambiar la forma en que nos vemos a nosotros mismos y afectar a nuestra salud, longevidad y bienestar. Lleva a la autolimitación y autosegregación, por la interiorización de estereotipos que hemos asimilado en nuestra juventud sobre lo que una persona mayor puede ser o hacer (World Health Organization, 2021). Se asocia con una muerte más temprana (7,5 años menos) (Chang *et al.*, 2020), una peor salud física y mental, y comportamientos de riesgo para la salud. Entre estos comportamientos, se pueden nombrar el seguir una dieta poco saludable, beber en exceso o fumar; además, estas acciones reducen la calidad de vida (Villiers-Tuthill *et al.*, 2016).

Si a título individual el edadismo es devastador, a nivel social sus efectos son asoladores; erosiona la solidaridad entre generaciones (Jimenez-Sotomayor, Gómez-Moreno y Soto-Pérez-de-Celis, 2020; Bravo-Segal y Villar, 2020), devalúa y limita la capacidad de beneficiarse de las aportaciones que pueden hacer las poblaciones mayores, y tiene consecuencias económicas de gran alcance (Davies *et al.*, 2011; Kwan y Walsh, 2018).

La misma OMS (2021) indica que el edadismo se evidencia en políticas que apoyan el racionamiento del acceso a determinados procedimientos médicos en función de la edad, en comportamientos paternalistas con las personas mayores y en estereotipos de lo que puede hacer o ser una persona de una determinada edad.

Este contexto puede empeorar con el ritmo de avance del envejecimiento de la población, mucho más rápido que en el pasado; entre 2015 y 2050, la proporción de habitantes del planeta mayores de 60 años casi se duplicará, ya que pasará del 12% al 22%, y en Europa se situará en el 25% (Naciones Unidas, 2021).

La esperanza de vida ha aumentado a nivel mundial de forma espectacular, gracias a los avances en medicina, a la salud pública y a la evolución social y económica (Thiyagarajan *et al.*, 2022), pero el retraso de la mortalidad no ha supuesto un retraso en la morbilidad (enfermedades y discapacidades). Tanto el informe *Global Health Estimates: Life expectancy and healthy life expectancy* (s. f.) como el estudio de Permanyer y Bramajo (2022) referido a Europa, concluyen que el incremento de la Esperanza de Vida No Saludable es la que explica el incremento de la Esperanza de Vida. En palabras coloquiales, se “añaden años a la vida” y no “vida a los años”.

Es importante que los estados y fundaciones sociales aporten recursos para reducir la morbilidad, con campañas preventivas que promuevan estilos de vida saludables y entornos inclusivos para retrasar la edad de inicio de enfermedades y discapacidades (Permanyer y Bramajo, 2022).

Luo *et al.* (2020) describen el envejecimiento como un proceso dinámico y cronológico, que se caracteriza por la acumulación de daños en las células, un deterioro funcional progresivo y una mayor vulnerabilidad a las enfermedades. Envejecer forma parte del proceso vital de los seres vivos y, si tenemos suerte, todas y cada una de nosotras envejecerá.

La OMS define el “envejecimiento activo” como la integración y participación de los adultos mayores en los diferentes ámbitos sociales de la vida urbana (Kalache y Gatti, 2002). Además, algunos estudios identifican la autonomía como elemento clave en el bienestar de las personas (Hassenzahl, Diefenbach y Göritz, 2010; Ortiz y Schoormans, 2022).

González y Ham-Chande (2007) definen tres categorías de funcionalidad respecto a la ejecución de actividades en la vida diaria: las actividades básicas (ABVD), las actividades instrumentales (AIVD) y las actividades avanzadas (AAVD). Vestirse se considera una actividad básica, junto con caminar, comer, usar el wc y bañarse. Estas actividades, por tanto, son fundamentales para llevar una vida independiente, con posibilidad de ser activa (Mata, 2023).

Marco teórico

Diseño realizado por personas “no mayores”

Actualmente, España se encuentra en un proceso de envejecimiento a causa del *baby boom* de los años 50 y 60 del siglo pasado (Conde-Ruiz y González, 2021), del aumento de la esperanza de vida (Permanyer y Bramajo, 2022) y del descenso de la tasa de natalidad, que se ha reducido un 60% a lo largo de los últimos cien años (de La Fuente, 2022). Consecuentemente, las personas mayores de 65 años representan el 20% de la población española. No obstante, el edadismo en relación con los mayores es muy notorio en la sociedad, ya que llega al punto en el que los mismos mayores se autoexcluyen

de ella y quedan al margen (Campillay-Campillay *et al.*, 2021).

Además, otro aspecto que fomenta el edadismo en este colectivo es la falta de adaptabilidad de ciertos recursos y/o herramientas de uso cotidiano (Romagnoli, 2016), como es la indumentaria -mala elección de tejidos y patrones a causa del desconocimiento de las limitaciones físicas y la falta de variedad de estilos de vestir que limita la elección-. En esos casos, se observa la brecha que existe para conseguir un diseño inclusivo, lo que hace que estas personas, a la hora de comprar vestimenta, tengan que escoger entre la usabilidad, lo que les hace sentirse cómodos e independientes, y la estética, aquello que les gusta y con lo que se sienten identificados.

Esta situación se produce por la falta de conocimiento de las limitaciones que puede tener este segmento de la sociedad, por parte de las personas que elaboran y diseñan los artículos de ropa. Sin embargo, existe la posibilidad de que esta problemática quede resuelta si, en la creación de la ropa, se usa la estrategia de co creación o diseño colaborativo (Huerta, 2014). Esto hace que las personas mayores formen parte del proceso de diseño y se añade más valor a las piezas que se elaboran, como en el caso de la creación de las zapatillas *Nike Flyease*, que fueron elaboradas a partir de la cocreación de la marca deportiva Nike y Matt Walter, un joven con parálisis cerebral (Sánchez, 2016).

Pérdida de la propia imagen

Una de las prioridades en el contexto actual es promover una independencia y envejecimiento activo, con la intención de mantener la autonomía de los adultos mayores el mayor tiempo posible (Wiles *et al.*, 2012; Iecovich, 2014). Para ello, es importante comprender la experiencia de usuario respecto a sus quehaceres cotidianos, así como los diseños que envuelven sus actividades de desarrollo personal. Cuanto mayor sea el entendimiento y la consciencia de su experiencia y necesidades reales, más viable será obtener nuevos conocimientos y tecnologías que ayuden a fortalecer la independencia y la calidad de vida (Gaßner y Conrad, 2010; Bloom *et al.*, 2015).

En referencia a la imagen de las personas y a su propia percepción, la vestimenta tiene un rol muy importante. Las prendas de ropa y sus complementos ayudan a las personas a expresarse y a mostrar su identidad, intereses y valores (Crane, 2000). El hecho de poder seleccionar y encontrar opciones de ropa y complementos que van acorde con las preferencias de las personas y su expresión más personal mejora la sensación de bienestar, la independencia y la confianza (Gwilt *et al.*, 2019).

En el caso de las personas mayores, se evidencia la dificultad para encontrar opciones confortables y atractivas que permitan a los usuarios vestirse y desvestirse, sin la necesidad de la asistencia de otra persona o de algún elemento (Singh, 2019). Además, con la edad, el cuerpo humano presenta cambios -forma, peso, menor sensibilidad y equilibrio, etc.- y las personas pueden, en ocasiones, padecer reducciones de movilidad y algunas patologías. Todo lo anterior afecta emocionalmente a los mayores, desde la aceptación del cambio biológico del cuerpo a lo largo de la vida a la frustración y sensación de exclusión, al detectar un menor abanico de opciones de vestimenta con las que se sienten identificados (Vianna y Quaresma, 2015).

Actualmente, cada vez hay más mayores que continúan muy activos, social y profesionalmente (Goldenberg, 2013), y se prevé que, con el aumento de la esperanza de vida, esto sea más común. En este contexto concreto, las personas aún no están jubiladas o retiradas profesionalmente y rehúsan utilizar las reglas que tradicionalmente se han identificado con las personas mayores. Es decir, se evidencia la necesidad de dejar a un lado los estereotipos y crear nuevas opciones para el envejecimiento, desde una mirada más abierta y con connotación positiva (Vianna y Quaresma, 2015). Poco a poco, este cambio se está produciendo, ya que hay temas que han dejado de ser tabú; el legado histórico y cultural en un contexto más globalizado se replantea constantemente y se pueden encontrar más referentes entre personajes públicos muy conocidos, como por ejemplo, en el ámbito internacional, Jane Fonda, Yayoi Kusama, Anthony Hopkins o Raphael, que rompen los modelos preestablecidos y plantean las bases para nuevas generaciones.

Encargo de estudio para formación

La Fundación Caixa, a través de su Programa de personas mayores¹, impulsa proyectos para mejorar la calidad de vida de estos ciudadanos, al promover un estilo de vida activo conectado con el entorno. Ofrecen actividades de crecimiento personal y empoderamiento para contribuir a la mejora de su salud, así como prevenir y afrontar la soledad. Su objetivo es el de acompañar a los mayores a lo largo de su proceso de envejecimiento; cuentan con su compromiso y participación para mejorar su bienestar y contribuir al bien común.

En este contexto, los gestores de dicho Programa de Personas Mayores encargan al Barcelona-Centro de Diseño y al equipo de investigadoras de Elisava el diseño de tres cursos cuyo concepto sea el bienestar y el vivir de los mayores. El encargo contempla realizar Focus Groups con personas mayores, participantes de los centros propios de Fundación "la Caixa". Además, se encargó una formación a los profesionales que impartirán los tres cursos en la red de centros que la entidad tiene en toda España. El contenido de los cursos será avalado por un fisioterapeuta, doctor en Ciencias de la Salud.

Los cursos cubrirán los siguientes ámbitos:

- Curso 1: Afectaciones patológicas y equilibrio
- Curso 2: Comodidad, higiene y cuidado personal
- Curso 3: Moda, las personas mayores y dimensión emocional

Es importante mencionar que las investigadoras que realizaron el encargo parten de un posicionamiento sensible que recupera el sentimiento en la acción del diseño que se enmarca en la Ética del Cuidado (Pujadas, 2022). En dicho marco, se reconoce la interdependencia de los seres humanos que se afectan en la exposición al "otro", y que la voluntad de interactuar, intentar comprender y responder al "otro" son fundamentos en el ser "humano", bajo los principios morales del cuidado (Tronto y Kohlen,

2017). Así, se puede hablar de la atención (hacerse cargo de), la responsabilidad (tomar a cargo), la competencia (el trabajo efectivo a realizar), la capacidad de respuesta (del beneficiario), la confianza y la solidaridad (confiar en la provisión del cuidado).

En este artículo, se presenta el proceso de investigación realizado para el diseño de los cursos de formación y cómo, a través de procesos y metodologías centradas en comprender mejor a las personas con una visión empática, reflexiva, inclusiva y desde la afectividad, se puede ayudar a evidenciar las necesidades del colectivo de personas mayores.

Perfil de los españoles mayores de 65 años

Para abordar el encargo, es necesario comprender previamente el perfil de las personas españolas de 65 años, así como su cultura.

Según el informe de Pérez et al. (2023), la esperanza de vida en España, para las personas de 65 años, es de 23,5 años, en el caso de las mujeres; y de 19,2 años, para los hombres. Sin embargo, la Esperanza de Vida Saludable es levemente menor para las mujeres: 10,3 frente a 10,7 años de los hombres.

Si se detalla en cifras a la población española, el 19,97% de la población española es mayor de 65 años (de las cuales, un 9,5% continúa trabajando, aunque ya tienen la opción de jubilarse) y los octogenarios representan el 6%.

Un 77% de las personas mayores viven en núcleos urbanos; sin embargo, la presencia de este colectivo en el mundo rural continúa siendo mayor respecto a otras generaciones. En cuanto a los hogares, un 3,6% vive en residencias, aunque también se destaca un elevado número de personas mayores dependientes, que son atendidos por familiares (pareja o hijos) o asistentes no familiares. En las últimas décadas, ha crecido el número de hogares unipersonales (más de 1.7000.000 personas mayores de 70 años viven solas; es decir, un 3,6% del total de españoles)- o en pareja sin otros convivientes.

¹ <https://fundacionlacaixa.org/es/personas-mayores-descripcion>

En los últimos años, y a raíz del COVID-19 el riesgo de la pobreza y exclusión social² en las personas mayores ha crecido; ahora se sitúa en 18,7%. Con la edad, disminuye el porcentaje de personas que declara ser feliz. Las mujeres muestran niveles más bajos de felicidad, con más diferencia respecto a los hombres en edades avanzadas.

Metodología y Procedimiento

Para diseñar los tres cursos de formación con consejos y sugerencias sobre vestimenta y hábitos de higiene que mejoren el bienestar de estos ciudadanos, es fundamental conocer directamente la relación de las personas mayores con la vestimenta y sus hábitos, además de contar con el punto de vista y conocimiento de los profesionales que los atienden.

En la planificación de la investigación, se tiene en cuenta el escollo que puede suponer aproximarse a un colectivo alejado en edad de las investigadoras, y se decide que un objetivo importante es desarrollar estrategias de acercamiento, que permitan que las acciones de investigación con personas mayores (*Focus Group*) sean significativas y ricas en *insights*.

Para la preparación adecuada de los recursos y dinámicas de los Focus Groups, previamente se realiza una investigación de despacho para comprender el marco teórico -revisión de literatura, referentes y tendencias del sector-, y también entrevistas a profesionales y usuarios.

Preparación de los Focus Groups

Revisión literaria del Marco teórico

La primera metodología para iniciar el proyecto y abordar de la forma más idónea los *Focus Group* y las entrevistas consta de una revisión literaria sobre la salud y el vestir, así como las formas de trabajar en diseño participativo con personas mayores como usuarios. Para llevarlo a cabo, se utilizó la base de datos de Google Scholar durante el período de 2011-2021, con la combinación de las palabras clave en inglés: "*Focus Group*", "*Elderly*" y "*Clothing*". Después de un proceso de selección por afinidad al proyecto -mediante el contenido del título, las palabras clave y lecturas del resumen- se obtienen trece artículos científicos como resultado de la búsqueda bibliográfica.

Además, se realiza una investigación de referentes actuales -empresas del sector, marcas, ortopedias, etc.- que se enmarcan en la población adulta mayor. Por último, estas técnicas se complementan con un estudio de tendencias sobre la vestimenta y las personas mayores.

Entrevistas a expertos

Realizar entrevistas a profesionales que trabajan en el ámbito del cuidado de las personas mayores tiene dos objetivos. El primero, contrastar y completar con ellos la información recabada en la revisión literaria acerca de patologías que afectan a los mayores, en relación con el vestir y el bienestar. Y el segundo objetivo es conocer su experiencia relacional con personas mayores y la actitud de estas en dicha relación.

² Se define la población en riesgo de pobreza o exclusión social como aquella población que está al menos en alguna de estas tres situaciones: 1) Riesgo de pobreza, 2) Carencia material y social severa, 3) Baja intensidad en el empleo. [...] [El indicador 2)] se construye con 13 componentes que incluyen seis nuevos conceptos definidos a nivel de persona. Entre ellos consta el poder permitirse tener ropa y zapatos en buenas condiciones, participar regularmente en actividades de ocio, y reunirse con amigos/familia para comer o tomar algo al menos una vez al mes (Pérez, 2023).

Cumplir con el primer objetivo permite nutrir y organizar el contenido de los cursos; así mismo, satisfacer el segundo proporciona a las investigadoras estrategias afectivas de acercamiento a la gente mayor para realizar entrevistas y talleres con dichas personas.

Estas entrevistas se diseñan de manera semi-estructurada (Lee *et al.*, 2019; Almila y Zeilig, 2021) y son grabadas, previo consentimiento del profesional.

Los profesionales entrevistados son: una psicóloga, directora de un centro de día; una enfermera de UCI; un fisiólogo de una residencia de personas mayores; y una doctora en dermatología.

Los temas que se abordaron en las entrevistas son:

- Patologías, propias de la edad o por enfermedad previa, que influyen en la independencia de las personas para vestirse y desvestirse. Pueden ser físicas, psíquicas o cognitivas.
- Patologías de la piel que influyen en la selección de la ropa de vestir.
- Cómo se ve la gente mayor al cambiar su estilo de vestir por la comodidad. A qué deben renunciar.
- La importancia de la familia en la apreciación de la imagen de la persona mayor.
- Materiales apropiados para los tejidos.
- Cierres de la ropa.
- Ropa estándar adaptada, de modista, o marcas de ropa para personas mayores.
- Limpieza de la ropa.

Se promueve que los entrevistados ilustren los temas con casos o historias particulares de sus pacientes, y que aporten experiencias personales.

Entrevistas a usuarios

Las entrevistas con personas mayores también tienen dos objetivos. El primero es entender cómo las patologías que sufren los usuarios afectan a su vida diaria en la realización de actividades rela-

cionadas con el vestir y asearse, y qué estrategias usan para superar esas dificultades. El segundo objetivo es entender cómo modular el discurso y qué actitud deben tener las investigadoras para crear un ambiente de confianza y respeto con la persona entrevistada.

El primer objetivo nutre el contenido de los cursos y el segundo proporciona a las investigadoras la oportunidad de poner en ejercicio el mostrar responsabilidad, respeto y afectividad en el acercamiento a las personas mayores. Además, estas entrevistas y talleres permiten obtener *insights* significativos.

Estas entrevistas se diseñan de manera semi-estructurada (Lee *et al.*, 2019; Almila y Zeilig, 2021) y son grabadas, previo consentimiento del usuario.

Los usuarios entrevistados son: una mujer adulta de 79 años, operada del hombro izquierdo; una mujer adulta de 55 años con movilidad reducida; y un hombre adulto de 60 años.

Focus Groups

Se realizan tres talleres participativos donde se usa la metodología del Focus Group para poder entender las necesidades de los mayores. En este espacio se ejercita la responsabilidad, el respeto y el afecto en el acercamiento. Se ha trabajado con un total de 26 participantes, y la franja de edad se sitúa entre los 65 y los 92 años.

Para los talleres de *Focus Group*, se desarrollaron unas fichas y recursos gráficos basados en los tres ejes temáticos: Afectaciones patológicas y equilibrio; Comodidad, higiene y cuidado personal; y Moda, personas mayores y dimensión emocional.

Ética

En el presente artículo, y bajo la perspectiva de la Ética del Cuidado (Pujadas, 2022), se utiliza una serie de herramientas para comunicar, de forma clara y asertiva, el propósito de la investigación y de la recolección de datos pertenecientes a vivencias personales (Guersenvaig, 2021). El respeto por la privacidad de las opiniones y la intimidad de pro-

fesionales y usuarios se ha garantizado mediante un documento de consentimiento informado, que firman el investigador principal y el usuario o profesional que interviene en una entrevista o en un *Focus Group*.

En dicho documento, se informa a la persona que va a participar de la finalidad de la investigación en curso, del objetivo de la actividad en concreto, y del nombre de la persona responsable de dicha investigación (Silveira et al., 2015). Además, se le garantiza su deseo de anonimato y de que puede abandonar la sesión en cualquier momento, sin perjuicio alguno. También se le comunica de la seguridad del almacenamiento de sus datos personales y opiniones, y de que esta información se borrará pasados tres años.

Resultados: Implementación de los *Focus Group*

En este apartado se presentan los recursos y estrategias de acercamiento que se han implementado para realizar la investigación con usuarios.

Un objetivo de la investigación de usuario es entender si los problemas asociados con el vestir son transversales a nivel de renta. Los tres *Focus Group* se realizan en tres Centros de Personas Mayores de la Fundación Caixa, situados en tres barrios muy distintos: en el Centro de Sarrià-Sant Gervasi, que destaca por tener la renta media anual más alta de la ciudad, 21.803€; en el Centro de Horta-Guinardó, con una renta media anual de 14.335€ (65% de la renta más alta); y en el Centro de Gracia, con 15.906€ de renta media anual (Ajuntament de Barcelona, s.f.). Se debe tener en cuenta que, según el informe anual elaborado por el Área Metropolitana de Barcelona (Ubieto, 2022), la renta media por persona necesaria para vivir en Barcelona en el 2022 fue de 17.223,12€; así, se puede entender que los jubilados, que de por sí ya disfrutaban de una renta menor a la media, si viven en los barrios de Gracia y Horta-Guinardó deben hacer economías para llegar a fin de mes.

Herramientas para el *Focus Group*

Los recursos que se han diseñado tienen como objetivo facilitar la comunicación entre las investigadoras y las personas mayores, y obtener información sobre su vivencia con las patologías que sufren, la apreciación de su aspecto y de su condición. Los recursos han sido catorce fichas gráficas y temáticas que se han usado en las sesiones de taller de *Focus Group*. Su diseño se ha realizado con la información de la revisión bibliográfica y con una selección muy cuidada de imágenes, con criterios de inclusión, sin transmitir estatus social y sin mostrar la cara de los maniqués, porque puede condicionar su apreciación.

Las fichas se han impreso como un dossier y se han entregado a los participantes para que consignen información o seleccionen entre opciones. Es importante la información que en ellas indican, pero lo más interesante es el diálogo que surge entre los participantes del taller.

La figura 1 muestra la ficha que se ha diseñado para conocer la situación de la persona participante, y de su propia visión en relación con la vestimenta. Primero se ve su edad, cómo es su movilidad, su unidad familiar y si tiene asistencia y, por último, cómo considera su estilo de vestir.

La persona debe sentirse libre de usar su propio nombre de pila o uno ficticio, pero debe consignar el mismo en todas las fichas.

Figura 1*Ficha Inicial. Referencia del participante*

Barcelona
centre
de Disseny

U ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

Test Inicial.

Nombre: _____

<p>Franja de edad.</p> <p><input type="checkbox"/> 60-64 años</p> <p><input type="checkbox"/> 65-69 años</p> <p><input type="checkbox"/> 70-74 años</p> <p><input type="checkbox"/> 75-79 años</p> <p><input type="checkbox"/> 80-84 años</p> <p><input type="checkbox"/> +85 años</p>	<p>Movilidad.</p> <p><input type="checkbox"/> Autónomo</p> <p><input type="checkbox"/> Con un elemento de asistencia</p> <p><input type="checkbox"/> 1 muleta</p> <p><input type="checkbox"/> 2 muletas</p> <p><input type="checkbox"/> Caminador</p> <p><input type="checkbox"/> Dependiendo-Silla de ruedas</p>	<p>Unidad de convivencia.</p> <p><input type="checkbox"/> Unifamiliar</p> <p><input type="checkbox"/> Con su pareja</p> <p><input type="checkbox"/> Con un/a cuidador/a</p> <p><input type="checkbox"/> Su familia</p> <p><input type="checkbox"/> En una residencia</p>
<p>Estilo de vestir.</p> <p><input type="checkbox"/> Deportivo</p> <p><input type="checkbox"/> Clásico</p> <p><input type="checkbox"/> Moderno</p> <p><input type="checkbox"/> Otros</p>	<p>Dispone de un servicio o persona de asistencia</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p>Para qué servicio</p>	<p>Defina su propio estilo de vestir con 3-5 palabras:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

Nota. Elaboración propia, 2022.

En la figura 2 se muestra la ficha número 1, en la que se pide al participante que exponga sus criterios de selección de la vestimenta, estilo, comodidad, presupuesto o autonomía. Queda patente, por la investigación desarrollada en el Marco teórico y las entrevistas a profesionales, que muchas personas mayores renuncian a su estética en favor de la comodidad. También se les pregunta por si usan vestimenta "especial" para personas mayores o si transforman la ropa "convencional".

Figura 2

Ficha 1 de Criterios de selección de la vestimenta

Barcelona
centre
de Disseny

U ELISAVA

Ficha 1: Criterios Selección

Nombre: _____

I. Ordena según el orden de preferencia los siguientes criterios que utiliza para la selección de vestimenta:

_____ Estilo / Marca _____ Comodidad _____ Otros (indicar cuál)

_____ Presupuesto _____ Autonomía / Necesidad

¿Es el mismo orden de preferencia siempre? ¿O varía según la pieza?

II. ¿Dónde lo compra? ¿Qué tipología de vestimenta utiliza?

Adaptaciones de
ropa comercial

A medida

Tiendas especialistas

Nota. Elaboración propia, 2022.

La ficha número 2 (figura 3) se diseña con el objetivo de recabar la incidencia de patologías, propias de la edad, que afectan al proceso de vestirse, pero también si los participantes han renunciado a vestir con el estilo que poseían años atrás. En la ficha, el participante debe señalar las partes de su cuerpo que han experimentado cambios fisiológicos que han provocado modificaciones en su manera de vestir, tanto de estilo como de proceso de vestirse.

Figura 3

Ficha 2 de Criterios condicionados por los cambios biológicos experimentados

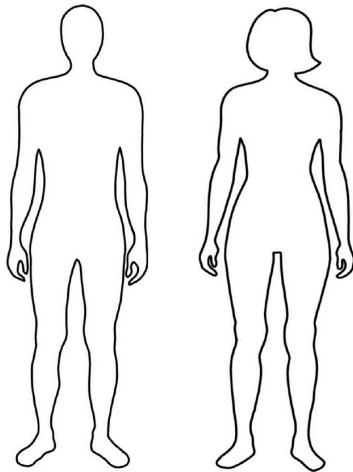
Barcelona
centre
de Disseny

U ELISAVA

Ficha 2: Criterios Selección

Nombre: _____

¿Qué cambios biológicos han supuesto un reto para la vestimenta?



- Piel: _____
- Equilibrio: _____
- Agilidad: _____
- Apreciación temperatura: _____
- Apreciación humedad: _____
- Circulación: _____
- Cómo queda la ropa: _____
- Movilidad: _____

Nota. Elaboración propia, 2022.

También se ha diseñado una serie de fichas con las que se quiere contrastar si los participantes consideran apropiados los recursos de vestimenta que, en teoría, se han desarrollado para ellos, si los usan y cómo los valoran. La figura 4 recoge algunas de las fichas de dicha tipología.

Figura 4
Diversas fichas que ilustran las preferencias en el vestir

Barcelona
centro
de Disney
Ficha 3.1: Aperturas U ELISAVA



Barcelona
centro
de Disney
Ficha 3.9: Más capas U ELISAVA



Barcelona
centro
de Disney
Ficha 3.11: Accesorios U ELISAVA



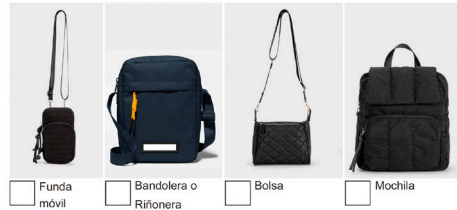
Barcelona
centro
de Disney
Ficha 3.5: Bolsillos U ELISAVA



Barcelona
centro
de Disney
Ficha 3.8: Calzados U ELISAVA



Barcelona
centro
de Disney
Ficha 3.10: Accesorios U ELISAVA



Nota. Elaboración propia, 2022.

Estrategias para el Focus Group

En lo que respecta a las estrategias de acercamiento, ha habido una serie de recomendaciones que se han obtenido de la bibliografía acerca de la impartición de Focus Group con gente mayor (Ataie y Morgan, 2015; Holding Focus Groups-Age Friendly Communities, 2018). Se habla de la técnica

de la escucha activa (Haley et al., 2017) y del posicionamiento de la acción de diseño en la Ética del Cuidado (Pujadas, 2022).

Estas estrategias se han seguido, de forma genérica, tanto para las entrevistas con personas mayores como para los talleres tipo *Focus Group*, pero se han enriquecido con la práctica, a medida que se realizan más actividades. Lo que se presenta a conti-

nuación es la conclusión de las estrategias, la que se ha aplicado en el último *Focus Group*, como resultado del aprendizaje de acciones previas.

Estas estrategias se contextualizan en cuatro momentos de la actividad: a) su convocatoria, b) el inicio o preámbulo, c) la propia actividad y d) su final.

a. La convocatoria del *Focus Group* la realiza el responsable de la gestión de los Centros de Personas Mayores de la Fundación Caixa, junto con la persona responsable de cada centro, entre las personas que asisten a otros cursos de su Programa de Personas Mayores. El equipo de investigadoras indica que es importante detallar, en la convocatoria, la temática y los contenidos del taller e informar que será interesante que participen con el aporte de vivencias y recomendaciones. Las personas deben saber, de antemano, en qué van a participar y cuánto va a durar.

Focus Group – Investigación de Usuario

Objetivo: Se necesita recabar información sobre la forma de vestir de las personas mayores
Dinámica (qué se hace en el Focus Group): Hablar sobre temas relacionados con la forma de vestir de las personas mayores, qué es saludable y promueve el bienestar.

Duración: Entre 90 y 120 minutos.

Es importante contar con entre seis y catorce personas para cada taller, con el objetivo de que el espacio sea manejable y fructífero, y tener una buena representación en referencia al género. El hecho de que los posibles participantes se conozcan, por haber compartido cursos con anterioridad, puede facilitar que intervengan con el aporte de su propia experiencia.

b. Lo primero que se debe hacer al inicio de la actividad es su presentación formal. Las investigadoras se presentan, hacen una breve introducción de la investigación que se lleva a cabo y por qué se necesita a las personas convocadas. Se dice que se les necesita “por

ser conocedoras en primera persona de la temática sobre la que se investiga, y las investigadoras necesitan su conocimiento”.

A continuación, es importante asegurarse de que cada una de las personas asistentes escucha correctamente y es capaz de ver la pantalla si se proyecta una presentación. Si no es el caso, se debe invertir el tiempo necesario en cambiar las personas de sitio para atender a las necesidades particulares. Hay que acercarse a ellas para acompañarlas y hacer comprensible el cambio.

La actitud de las investigadoras debe ser de cercanía, tanto emocional como física. No se puede hablar con palabras técnicas. La postura no puede ser estática; se debe estar dispuesto a acercarse a las personas para hablarles cerca del oído si hace falta y previo consentimiento de las mismas.

Un paso decisivo y fundamental en el preámbulo es la firma del consentimiento informado. Los asistentes deben disponer de tiempo para leerlo y no sentirse en ningún modo presionados a firmarlo; puede ser que no hayan entendido algo y no se atrevan a preguntar. La persona que dirige la sesión puede valorar si debe leer en voz alta el consentimiento, mientras concede libertad a que se le interrumpa en cualquier momento, para atender dudas que van surgiendo. De hecho, el investigador debe saber qué párrafos del texto pueden suponer un reto de comprensión y, una vez leídos, explicarlos con palabras menos técnicas.

También se debe indicar a los asistentes que pueden abandonar la actividad en cualquier momento con total libertad.

c. El desarrollo de la propia actividad de los talleres se ha basado en el uso de las fichas diseñadas. En el primer taller, se ha entregado a los participantes como un dossier, pero se ha comprobado que la atención de los participantes se diluye cuando ojean fichas posteriores a la que se debe trabajar (Figura 5). Es mejor explicar el objetivo de una ficha, atender las dudas, entregar la ficha a cada

participante y dejar que se trabaje en ella y que se inicie el diálogo. Es interesante que el/la protagonista sea la propia persona mayor, ya que motiva a todos y cada uno de los asistentes a intervenir; se les invita a compartir sus vivencias y situación personal.

Se debe usar un tono inclusivo y propositivo, y argumentar con anécdotas y situaciones familiares que permitan empatizar. Así, los asistentes se sienten cómodos/as y en un espacio seguro para compartir y aprender.

Para promover la participación en el debate, es importante que, al inicio, se traten temas más genéricos, para crear dicho espacio seguro que permita compartir temas más personales. La persona que dirige la sesión debe detectar los perfiles de personas que, por timidez, no quieren hablar o aquellos que tengan alguna necesidad específica. A ellos, debe hacerles un acompañamiento mayor al inicio y facilitar que se apoyen en sus compañeros.

Figura 5

Usuarios participando en el Focus Group



Nota. Elaboración propia, 2022.

d. Para concluir el taller, se debe agradecer la participación al grupo de asistentes y enumerar los temas más destacados que se han tratado. Se debe preguntar sobre las expectativas que tenían del taller y si se han cumplido. El *feedback* puede aportar sugerencias para mejorar acciones futuras.

Si se aprecia que alguna persona tiene dificultad para levantarse y abandonar la sala, se debe realizar el acompañamiento personalmente. Y a la salida de la sala, hay que despedirse personalmente de cada asistente.

Las recomendaciones anteriores, que se han ilustrado en el ámbito de talleres *Focus Group*, se pueden extrapolar al ámbito de las entrevistas.

Discusión

Se ha presentado el proceso de investigación llevado a cabo para diseñar tres cursos formativos para personas mayores sobre el Vestir y el Bienestar, encargados por el Programa de Personas Mayores de la Fundación "la Caixa":

- Curso 1: Afectaciones patológicas y equilibrio
- Curso 2: Comodidad, higiene y cuidado personal
- Curso 3: Moda, las personas mayores y dimensión emocional.

Al iniciar el proceso, las investigadoras sabían que no podía tratarse de un trabajo teórico que derivara en una simple lista de recomendaciones que se obtuvieran de publicaciones científicas. Cada persona se ha vestido toda su vida y tiene interiorizado su concepto de estilo y bienestar.

La mejor aproximación al diseño de los cursos debía incluir el entender e incorporar las experiencias de personas respecto al vestir y el bienestar que este les aporta.

Los talleres de *Focus Groups* han sido un proceso de diseño colaborativo que ha aportado no solo contenido a los cursos, sino también estrategias para impartirlos a las personas mayores.

Sin dar detalles, debido a que los cursos son propiedad de la Fundación Caixa, las estrategias que se proponen a los formadores para usar cuando impartan los cursos a las personas mayores se derivan de las estrategias de acercamiento que las investigadoras han usado en los talleres *Focus Group*. Se debe ejercer la responsabilidad, el respeto y la afectividad; se deben modular el discurso y el registro y hay que adecuar las herramientas a las realidades de nuestros interlocutores, situación personal, procedencia, capacidades sensoriales, etc. Se debe crear un espacio seguro, de confianza, en el que la gente desee compartir experiencias que pueden ser de gran utilidad para sus compañeros de curso.

La investigación de usuario ha hecho patente la preocupación de las personas mayores por su economía (cuentan con recursos limitados, que no prevén que pueden crecer), así como por la sostenibilidad del planeta (les inquieta la degradación del medioambiente que legan a las siguientes generaciones), lo que ha supuesto que se añadan estas dos temáticas, de forma transversal, en los tres cursos.

Realizar los *Focus Groups* en centros situados en barrios de Barcelona con una gran diferencia de poder adquisitivo ha puesto en evidencia que, si bien muchas de las causas de los problemas relacionados con la edad en el vestir y en la higiene son transversales al estatus social, un poder adquisitivo más alto permite superar desventajas con mayor facilidad, tanto por la capacidad para poder sufragar asistencia y recursos, como por estar situados en un mejor contexto sociocultural, de poder y privilegio. Esto permite conocer, por tanto, la existencia de dichos recursos.

En esta evidencia se hibridan los tres procesos negativos que García (2004) describe como clave para abordar el tema de la interculturalidad y la globalización: las diferencias, las desigualdades y la desconexión. Las desigualdades entran en contradicción con las promesas de desarrollo económico y social de la sociedad moderna, que debería liberarse de las carencias sociales y a las que Bourdieu desentraña en su teoría de la sociedad actual (Boyer, 1996).

Uno de los aprendizajes más importantes de la investigación de usuario es que las personas mayores desean ser escuchadas. La vestimenta es un tema del que todo el mundo puede hablar: de su comodidad, de cómo cuidarla o repararla, de dónde comprarla, etc. Así, se concluye que, en el diseño de los cursos encargados por la Fundación "la Caixa", se debe dejar espacio a los participantes, personas mayores, para que compartan sus vivencias y experiencias.

Desde septiembre de 2023 se están transmitiendo a los responsables de los diferentes Centros de Personas Mayores de la Fundación "la Caixa" de toda España (formación de formadores) los contenidos temáticos de los tres cursos diseñados, incluidas las estrategias que se recomienda aplicar en su impartición a las personas mayores. Además, ya se ofrecen los cursos en quince centros de la Fundación "la Caixa", como parte de las actividades de su programa de actividad física "En forma" (itinerario Salud y Bienestar).

Como deseo final, las investigadoras creen que se debe institucionalizar un foro en el que las personas mayores puedan expresarse, pues quieren ser escuchadas y tenidas en cuenta. Es necesario crear espacios públicos de intercambio intergeneracional para aprender de experiencias previas y tener sociedades más inclusivas.

Las investigadoras entienden que la perspectiva del cuidado es una forma "humana" de diseñar (ya sean servicios, productos, espacios, experiencias) para grupos minoritarios, con la participación de los mismos a través de dinámicas participativas. Estas pueden ayudar a comprender una situación, evidenciar y transformar situaciones complejas que generan discriminación o exclusión de grupos sociales específicos. Aproximaciones como las presentadas en este artículo tienen un gran potencial para generar cambios sociales desde la propia empatía y visibilización. Tronto (2017) definió el cuidado como una actividad genérica que incluye todo lo que hacemos para mantener, perpetuar y reparar nuestro mundo, para que podamos vivir lo mejor posible.

Agradecimientos

Las autoras agradecen al Programa de Personas Mayores de la Fundación "la Caixa", al Barcelona-Centre de Disseny (BcD) y a ELISAVA, Facultad de Diseño e Ingeniería de Barcelona (UVic-UCC), por haber hecho posible esta investigación. Así como se agradece la colaboración de todas las personas mayores presentes en los Focus Groups y de las personas entrevistadas.

Referencias

- Ajuntament de Barcelona (s.f.) *Renta media anual por hogar, por persona y por unidad de consumo*. Barcelona.cat. https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Estadistiques_per_temes/Poblacio_i_demografia/Poblacio/Enquesta_sociodemografica/esd17/llars/renda/t41.htm
- Almila, A., y Zeilig, H. (2021). In Older Men's Wardrobes: creative tales of affect, style and constraint. *Fashion Theory*, 26(5), 651-672. <https://doi.org/10.1080/1362704x.2021.1936402>
- Araya, M., Abella, A., González, M., Del Corral, A.M., Guasch, B., y Peña, J. (2022). Ergonomía Consciente: Una visión integradora desde el diseño, para el bienestar humano. En: D. Bedolla Pereda (Ed.), *Diseño y afectividad para fomentar bienestar integral* (pp. 201-230). Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa.
- Ataie, J. E., y Morgan, D. L. (2015). Focus Groups with older adults. *The Encyclopedia of Adulthood and Aging*, 1-5. <https://doi.org/10.1002/9781118521373.wbeaa016>
- Blanco, A. y D. Díaz. (2005). El bienestar social: su concepto y medición. *Psicothema*, 17(4), 582-589. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72717407>
- Bloom, D. E., S. Chatterji, P. Kowal, P. Lloyd-Sherlock, M. McKee, B. Rechel, L. Rosenberg, y J. P. Smith. (2015). Macroeconomic Implications of Population Ageing and Selected Policy Responses. *The Lancet*, 385(9968): 649-657. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(14\)61464-1](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(14)61464-1)
- Boyer, P. C. (1996). La Sociología de Pierre Bourdieu. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (76), 75-98. <https://doi.org/10.2307/40183987>

- Bravo-Segal, S., y Villar, F. (2020). La representación de los mayores en los medios durante la pandemia COVID-19: ¿hacia un refuerzo del edadismo? *Revista Española de Geriatria y Gerontología*, 55(5), 266-271. <https://doi.org/10.1016/j.regg.2020.06.002>
- Campillay-Campillay, M., Calle-Carrasco, A., Rivas-Rivero, E., Pavéz-Lizarraga, A., Dubó-Araya, P., y Araya-Galleguillos, F. (2021). Ageísmo como fenómeno sociocultural invisible que afecta y excluye el cuidado de personas mayores. *Acta bioethica*, 27(1), 127-135.
- Chang, E., Kanno, S., Levy, S., Wang, S., Lee, J. E., y Levy, B. R. (2020). Global Reach of Ageism on Older Persons' Health: A Systematic review. *PLOS ONE*, 15(1), e0220857. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0220857>
- Conde-Ruiz, J. I., y González, C. I. (2021). El Proceso de envejecimiento en España. *Fundación de Estudios de Economía Aplicada*. <https://fedea.net/el-proceso-de-envejecimiento-en-espana/>
- Crane, D. (2000) *Fashion and its Social Agendas: Class, Gender and Identity in Clothing*. University of Chicago Press.
- Davies, M., Gilhooly, M., Harries, P., y Gilhooly, K. (2011). *Financial elder abuse: a review of the literature*. Brunel Institute for Ageing Studies.
- García, G. (2008). *Diferentes, desiguales y desconectados: Mapas de la Interculturalidad*. Ed. Gedisa.
- Gaßner, K., y Conrad, M. (2010). *ICT Enabled Independent Living for the Elderly: A Status-Quo Analysis on Products and the Research Landscape in the Field of Ambient Assisted Living (AAL) en EU-27*. Institute for Innovation and Technology of Germany.
- Goldenberg, M. (2013). *A bela velhice*. Editora Record.
- González, C. A., y Ham-Chande, R. (2007). Functionality and Health: A Typology of aging in Mexico. *Salud Pública De México*, 49, s448-s458. <https://doi.org/10.1590/s0036-36342007001000003>
- Guersenzvaig, A. (2021). *The goods of design: Professional ethics for designers*. Editora Rowman & Littlefield.
- Gwilt, A., Homer, C., Sherriff, G., y Childs, C. (2019). Community Voices in Design Practice: A Case Study of Understanding Older Adults' Clothing Needs for Keeping Warm at Home (Version 1). FUTURESCAN. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.9975464.v1>
- Haley, B., Heo, S., Wright, P. B., Barone, C. P., Rettiganti, M., y Anders, M. (2017). Relationships among active listening, self-awareness, empathy, and patient-centered care in associate and baccalaureate degree nursing students. *NursingPlus Open*, 3, 11-16. <https://doi.org/10.1016/j.npls.2017.05.001>
- Hassenzahl, M., Diefenbach, S., y Göriz, A. (2010). Needs, affect, and interactive products—Facets of user experience. *Interacting with computers*, 22(5), 353-362.
- Hernández Romero, Y.. (2022). El diseño y las emociones como agentes de comportamiento prosocial para la población en condiciones de exclusión. En: D. Bedolla Pereda (Ed.), *Diseño y afectividad para fomentar bienestar integral* (pp. 145-174). Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa.
- Holding Focus Groups | Age Friendly Communities. (2018). *Age Friendly Communities*. <https://uwaterloo.ca/age-friendly-communities/building-blocks/holding-focus-groups>
- Huerta, E. (2014). La Co-Creación y el Diseño Colaborativo. *Recuperado de* <http://www.cruzagr3.com/proyectos/mh/files/2014/pde3/co-diseno.pdf>
- Iecovich, E. (2014). Aging in Place: From Theory to Practice. *Anthropological Notebooks*, 20(1): 21-33.
- Jackson, T. (2009). Prosperity without growth?: The transition to a sustainable economy. *Sustainable Development Commission*. <https://research-repository.st-andrews.ac.uk/bitstream/10023/2163/1/sdc-2009-pwg.pdf>
- Jimenez-Sotomayor, M. R., Gómez-Moreno, C., y Soto-Pérez-de-Celis, E. (2020). Coronavirus, Ageism, and Twitter: An evaluation of tweets about older adults and COVID-19. *Journal of the American Geriatrics Society*, 68(8), 1661-1665. <https://doi.org/10.1111/jgs.16508>

- Kalache, A., y Gatti, A. (2002). Active Ageing: a policy framework. *The Aging Male*, 5(1), 1-37. <https://doi.org/10.1080/713604647>
- Kwan, C., Walsh, C. A., y Donaldson, R. (2018). Old Age poverty: A scoping review of the literature. *Cogent Social Sciences*, 4(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2018.1478479>
- de La Fuente, A. (2022). España 1970-2070: Tendencias y proyecciones demográficas con un ojo puesto en las finanzas del sistema de pensiones. Recuperado de: <https://documentos.fedea.net/pubs/eee/2022/eee2022-04.pdf>
- Lee, S., Bae, J., Im, S., Lee, S., y Heo, J. (2019). Senior fashion models' perspectives on serious leisure and successful aging. *Educational Gerontology*, 45(10), 600-611. <https://doi.org/10.1080/03601277.2019.1675938>
- Luo, J., Mills, K., Cessie, S. L., Noordam, R., y Van Heemst, D. (2020). Aging, age-related diseases and oxidative stress: what to do next? *Ageing Research Reviews*, 57, 100982. <https://doi.org/10.1016/j.arr.2019.100982>
- Mata Jurado, L. (2023). *Cambios en las actividades de vida cotidiana y movilidad urbana de adultos mayores por la pandemia de COVID-19*. Tesis Doctoral, Universidad Aguas Calientes, Aguas Calientes México. Obtenido de <http://bdigital.dgse.uaa.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/11317/2587/464492.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Naciones Unidas. (2021). *Europa tiene que abordar el envejecimiento de su población ya*. UN News. <https://news.un.org/es/story/2021/03/1489612>
- Naciones Unidas. (s.f.). *Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades*. Naciones Unidas. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/health/>
- Organización Mundial de la Salud. (2015). Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages. OMS. <https://www.who.int/es/news/item/25-09-2015-ensure-healthy-lives-and-promote-well-being-for-all-at-all-ages>
- Ortiz Nicolás, J.C., y Schoormans, J. (2022). La experiencia de autonomía en la interacción persona-producto y su relación con el bienestar. En: D. Bedolla Pereda (Ed.), *Diseño y afectividad para fomentar bienestar integral* (pp. 275-301). Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa.
- Pérez Díaz, J., Ramiro Fariñas, D., Aceituno Nieto, P., Escudero Martínez, J., Bueno López, C., Castillo Belmonte, A. B., de las Obras-Loscertales Sampérez, J., Fernández Morales, I. y Villuendas Hijosa, B.. (2023). Perfil de las personas mayores en España 2023. *Envejecimiento en red*. <https://envejecimientoenred.csic.es/wp-content/uploads/2023/10/enred-indicadoresbasicos2023.pdf>
- Permanyer, I., y Bramajo, O. (2022). El aumento de la longevidad en Europa: ¿Añadiendo años a la vida o vida a los años? *Perspectives demogràfiques*, 1-4. <https://doi.org/10.46710/ced.pd.esp.28>
- Pujadas, A. (2022). Designing from the perspective of care, or how to repair the world. *Temes de Disseny*, (38), 20-45. <https://doi.org/10.46467/tdd38.2022.20-45>
- Romagnoli Vaillard, K. (2016). Inlucio-Diseño Inclusivo. *Repositorio Institucional de la Universidad Iberoamericana de Puebla*. https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/2226/Inlucio_KarenRomagnoli.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Sánchez García, E. (2016). *La innovación en publicidad: diseño de la herramienta de análisis "TIP"; Test de Innovación Publicitaria*. [Tesis de maestría, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/18643>
- Silveira Donaduzzi, D. S. D., Colomé Beck, C. L., Heck Weiller, T., Nunes da Silva Fernandes, M., y Viero, V. (2015). Grupo focal y análisis de contenido en investigación cualitativa. *Index de enfermèria*, 24(1-2), 71-75. <https://doi.org/10.4321/s1132-12962015000100016>

- Singh, S. (2019). A study on adaptive clothing for females with arthritis. *International Journal of Advances Scientific Research Management*, 4(4), 93-97.
- Solidaridad Intergeneracional (2019). Las repercusiones del edadismo. *Solidaridad Intergeneracional*. <https://solidaridadintergeneracional.es/wp/las-repercusiones-del-edadismo/#:~:text=El>
- Thiyagarajan, J. A., Mikton, C., Harwood, R. H., Gichu, M., Gaigbe-Togbe, V., Jhamba, T., Pokorna, D., Stoevska, V., Hada, R., Steffan, G. S., Liena, A., Rocard, E., y Diaz, T. (2022). The UN Decade of Healthy Ageing: Strengthening Measurement for monitoring health and Wellbeing of Older people. *Age and Ageing*, 51(7), 1-5. <https://doi.org/10.1093/ageing/afac147>
- Tronto, J y Kohlen, H. (2017). ¿Puede ser codificada la ética del cuidado? En C. Domínguez-Alcón, H. Kohlen y J. Toronto (Eds.), *El futuro del cuidado. Comprensión de la ética del cuidado y práctica enfermera*, (p. 37-52). Ediciones San Juan de Dios.
- Ubieto, G. (8 marzo de 2022). El coste de la vida en Barcelona sube el 31% en los últimos cinco años. *El Periódico*. <https://www.elperiodico.com/es/economia/20220308/coste-vida-barcelona-sube-31-13339344>
- Vianna, C., y Quaresma, M. (2015). Ergonomic issues related to clothing and body changes of the new elderly women. *Procedia Manufacturing*, 3, 5755-5760.
- Villiers-Tuthill, A., Copley, A. M., McGee, H., y Morgan, K. (2016). The relationship of tobacco and alcohol use with aging self-perceptions in older people in Ireland. *BMC Public Health*, 16(1), 1-10. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-3158-y>
- Wiles, J. L., Leibing, A., Guberman, N., Reeve, J., y Allen, R. E. S. (2012). The meaning of "aging in place" to older people. *The Gerontologist*, 52(3), 357-366. <https://doi.org/10.1093/geront/gnr098>
- World Health Organization. (2021). Global Report on Ageism: Global Campaign to Combat Ageism. *WHO*. <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/340208/9789240016866-eng.pdf?sequence=1>
- World Health Organization. (s.f.). GHE: Life expectancy and healthy life expectancy. *WHO*. <https://www.who.int/data/gho/data/themes/mortality-and-global-health-estimates/ghe-life-expectancy-and-healthy-life-expectancy>