

XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2019.

El cuerpo con discapacidad en el mundo de la moda.

Selediana de Godinho.

Cita:

Selediana de Godinho (2019). *El cuerpo con discapacidad en el mundo de la moda. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-023/659>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

EL CUERPO CON DISCAPACIDAD EN EL MUNDO DE LA MODA

Selediana de Souza Godinho

Eje 6: Cultura, Significación, Comunicación, Identidades

Mesa 110: La “discapacidad” em cuestión: significados, percepciones e identidades en disputa.

UCA - Pontificia Universidad Católica Argentina "Santa María de los Buenos Aires”

E-mail: selegodinho@gmail.com

Resumen

Pensar en el cuerpo con discapacidad en el mundo de la moda, es un tanto innovador. Esta es la frase que se volvió común desde que empecé el Doctorado en Sociología. Mientras tanto, cuando se habla de la moda a partir de la vestimenta en el campo de la discapacidad, se percibe que no hay nada nuevo. El acto de vestir lo hace cualquier persona todos los días independientemente del su cuerpo o de su entorno. Este trabajo tiene como objetivo relatar las experiencias de las personas con discapacidad con la vestimenta y sus dificultades al buscar prendas para interactuar en el medio social. A partir de las entrevistas en profundidad a 19 (diecinueve) personas con discapacidad se describen los relatos sobre: las restricciones con la ropa, la autonomía en el acto de vestir, las estrategias y soluciones para el uso de sus prendas, la cuestión de la apariencia, el significado de la "moda adaptada" y la opinión de los demás. Los resultados posibilitan la comprensión de una moda que se presenta fragmentada en el significado de la vestimenta para las personas con discapacidad.

Palabras -chave: Discapacidad, Moda y Vestimenta.

Introducción

Este artículo es parte de mi tesis del Doctorado en Sociología que trata sobre la relación entre la moda, la vestimenta y la discapacidad. El objetivo de la investigación fue del análisis de cómo la moda es representada para y por las personas con discapacidad, y cómo ellas enfrentan y responden a las cuestiones relacionadas con su vestimenta y en la forma que esto repercute en su cotidianidad.

Para alcance de esta propuesta se utilizó, entre otras técnicas metodológicas, la entrevista en profundidad como medio de entender como la vestimenta interfiere en la vida de este grupo social. En este caso se consideró temas concretos de la realidad de los participantes y su percepción sobre la moda.

Esta ponencia retrata primero la exposición del tema investigado. Posteriormente, se describe el método utilizado y la síntesis de algunas de las variables encontradas en las entrevistadas en profundidad. Por último, se relata algunos de los hallazgos encontrados, consideraciones finales y la referencia bibliográfica utilizada.

1 Moda, vestimenta y discapacidad

En relación con la discapacidad prevalece una creencia en el entorno social de que el cuerpo “diferente” no es aceptado, visto que el ideal de belleza pasa por la imagen corporal joven, flexible y productiva. Mientras tanto, aumenta cada vez más la inserción y participación de las personas con discapacidad en distintas áreas (Educación, Trabajo, Turismo, otros) que por vez tiene demandas y expectativas con relación con el consumo. En la industria de la indumentaria pasa lo mismo (Ferrante y Ferreira, 2008; De Souza Godinho, 2017).

Sin embargo, encontrar una vestimenta que, de significado al cuerpo con discapacidad, no es una tarea fácil. Para Klerk y Ampousah (2002) los atributos de la apariencia en la discapacidad generan varios inconvenientes en relación con el comportamiento del consumidor. Primero, acceder a una tienda, no es una tarea fácil, cuando, por ejemplo, el individuo está en silla de ruedas. En su investigación con mujeres con discapacidad, las autoras, relatan problemas de estilo y adaptación de la prenda al cuerpo, principalmente de productos como polleras y vestidos. Las soluciones pasan por el consumo de pantalones que generan funcionalidad y confort. Otro punto desfavorable es que las prendas pensadas para discapacidad muchas de las veces son caras.

Mientras tanto, cuando se hace una mirada sobre la función social que ejerce la vestimenta, más allá de cubrir un cuerpo, se percibe allí un abismo. Por un lado, porque es la moda, la que

proporciona un sentido al cuerpo. Sin embargo, por otro es la que deja afuera a los que no son “deseables” (Goffman, 1993; Sant' Anna, 2003).

Se observa que la moda, específicamente la vestimenta, como uno de sus brazos más importantes, es la que va a generar señales de cómo se construye el acto de vestir. Como una prenda puede anticipar a las necesidades, gustos, expectativas. Como puede transformar al transformado (Forsythe (1990; Barthes, 2003).

De esta manera, en la discapacidad, hay que pensar en la cuestión de la indumentaria como un medio de autonomía, de interacción y de inclusión social. No se trata solo de prendas funcionales y que generen comodidad (Kaiser, Freeman y Wingate, 1985; Barthes, 2003; Kidd, 2006).

Se percibe la persona con discapacidad como un consumidor que también quiere presentar su cuerpo, independientemente de su condición. Resaltar o esconder es un asunto que debe ser individual y no una condición segmentada por un mercado (Thorén, 1996; Woltz y Carvalho, 2008; De Souza Godinho, 2016).

De esta manera, las investigaciones que versan sobre la vestimenta en la discapacidad describen a inúmeras dificultades que van desde una prenda adecuada para la vida cotidiana, como para ocasiones especiales (Kaiser, Freeman y Wingate, 1985; Thorén, 1996; Kidd, 2006; Meinander e Varheenmaa (2008)

Por otro lado, son tres (3) los elementos que deben ser pensados por aquellos que controlan la industria de la indumentaria, cuando el que consume es una persona con discapacidad: la estética, la funcionalidad y la disponibilidad. Resaltando que en realidad estos factores son relevantes a cualquier tipo de cuerpo. La mayoría de las personas buscan prendas funcionales, cómodas y bonitas (Meinander e Varheenmaa, 2008).

En resumen, percibir la moda desde la inclusión abarca a una industria, a los diseñadores, los especialistas en marketing y en una comunicación, en que todos deben estar atentos a los conceptos de antropometría, ergonomía, diseño inteligente, estrategias de consumos sostenibles, entre otros, buscando acciones que generen soluciones básicas que tengan en cuenta a una variedad de cuerpos. (Meinander e Varheenmaa, 2008; Woltz y Carvalho, 2008; Carroll, Welsh y Fox, 2009).

Luego, es necesario un diseño de indumentaria que sea capaz de insertar también a la discapacidad en el mundo de la moda.

2 Método

Esta investigación se presenta como cualitativa basada en la Teoría Fundamentada en los Datos que se produjeron a través de una muestra teórica, conducida por la investigadora que concentró

su atención en los individuos, en sus relaciones, procesos e interacciones. Se utilizó como técnica de recolección de los datos las entrevistas en profundidad (Strauss y Corbin, 2002; Churchill Jr. et al, 2012).

2.1 participantes

Según Palacios (2008) la terminología “personas con discapacidad” implica observar la distinción entre dos conceptos “– la condición del cuerpo y la mente – y discapacidad - las restricciones sociales que se experimentan” (p.122). Tal argumento sirve para determinar las condiciones sociales concretas que vivencia este grupo.

Fueron entrevistadas personas con diferentes discapacidades divididas en: 7 (siete) con discapacidad intelectual (4 (cuatro) mujeres, y 3(tres) hombres), 7 con discapacidad física (4 (cuatro) mujeres, y 3(tres) hombres), 3 (tres) con discapacidad mental (1 mujeres, 2 hombres), 1(una) con discapacidad auditiva (1 mujer). Las entrevistas fueron realizadas en distintos lugares, como en el SNR - Servicio Nacional de Rehabilitación, Senderos del Sembrador, en el domicilio del entrevistado y confiterías. Los lugares elegidos fueron pensados por una cuestión de seguridad de los entrevistados y en algunos de los casos no conocían a la investigadora que la presentaban antes de cada entrevista una carta de acreditación del Doctorado de Sociología.

Las entrevistas duraron en promedio 80 minutos. Se observa que al principio los entrevistados no comprendían el tema “moda inclusiva” y algunos reafirmaron que este no es un tema abordado en general en el campo de la discapacidad, pero que para ellos les parecía muy importante, tanto desde una cuestión de necesidad básica, como funcionalidad y para el mejoramiento de la auto estima.

Se resalta un mayor interés de las mujeres por las entrevistas, la percepción de los hombres es de una moda direccionada al básico, común y corriente, como así afirmaban al principio de las entrevistas “yo no soy una persona preocupada con la moda, me visto con el básico y listo” (OM, 76 años, masculino, discapacidad física). Se observa una mayor participación e interés de las mujeres por las cuestiones de la moda e indumentaria (Ferreira y Mendes, 2015).

Se percibió la necesidad que existe en las personas con discapacidad de hablar de lo que les pasa, sus experiencias cotidianas, sus demandas y un deseo constante de alcanzar algún tipo de “normalidad”. “Las personas con discapacidad pueden aportar a la sociedad en igual medida que el resto de las personas – sin discapacidad -, pero siempre desde la valoración y el respecto de la diferencia” (Palacios, 2008, p.2).

Como este trabajo utiliza como medio de cuantificación la saturación teórica, el número de entrevistados se determinó según la repetición de las informaciones consideradas suficientes sobre los temas expuestos.

2.2 Aspectos éticos

Los relatos de las entrevistas ponen en evidencia una experiencia vivida, donde lo único que buscó la investigadora fue en actuar como una facilitadora de un ambiente muy complejo y con ciertos elementos que tuvieron que ser analizados con pinzas y para eso la adhesión a los encuentros fueron determinantes por lo cual fue solicitado la concordancia formal por medio de la nota de “Consentimiento Informado para Participantes de Investigación”, donde se aclaró que las mismas eran estrictamente voluntarias y que la información recogida es confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Además, las respuestas serían codificadas por medio de un signo de identificación y, por lo tanto, anónimas. También se dejó claro que en cualquier momento la persona podría desistir de su participación.

3 Resultados

3.1 Restricciones con la ropa

Se percibe la vestimenta como medio común de una práctica encarnada todos los días en las personas con discapacidad. Ellas abordan varios sentimientos, cómo, por ejemplo, el expresar de la identidad, la comprensión de la cultura y la preparación para la inserción social. Las personas con discapacidad en las entrevistas relataron el rol que ejerce la ropa como mediadora entre los sentimientos internalizados y el mundo social, que muchos lo consideran como un impedimento.

Se observa que los problemas con la vestimenta se acentúan más en las personas con discapacidad física. Las dificultades se expresan, por ejemplo, en el exceso de tela de las camperas y en los tamaños. Las personas en silla de ruedas describen que las camperas son una gran barrera en el campo de la indumentaria.

Los sacos largos no contemplan a quien está en silla de ruedas. Imagina en el invierno, que horrible, grandes, infladas, se enroscan en las ruedas, quedan sucias (OS, 39 años, Empleada Administrativa, femenino, discapacidad física).

Cuando se pidió que describieran otros problemas relacionados a las prendas, los entrevistados hablaron, que los jeans, por ejemplo, es también un gran problema, en parte por el tipo de patrones existentes, además de que algunas prendas son con cintura baja, muchas veces pesadas y duras. En

algunos casos necesitan comprar pantalones demasiado anchos, apretados o más chicos, eso cambia según la discapacidad que poseen.

Yo no entiendo porque no hacen pantalones con distintos tipos de largos o que te quedan cortos en la cola. Imagínate, cuando te quedas todo el día sentada, no podéis estar acomodándote todo el tiempo el pantalón (AM, 40 años, Empleada femenino, Terapeuta Ocupacional, discapacidad física).

Mis dificultades son con mis piernas operadas, solo puedo usar pantalón, para no estar expuestas y eso molesta (EH, 67 años, jubilado, discapacidad física)

Las restricciones también se refieren a la falta de estética, muchas veces los colores y el tipo de moldiería. Las personas con discapacidad hablan de que las prendas que ellas pueden usar muchas veces no tienen estilo, son feas, y parecen hechas para personas mayores. Principalmente las mujeres relatan sobre la cuestión de la ropa y hasta la que tiene más edad. La entrevistada comenta que no le gusta de las prendas para la gente grande.

Tengo mucha dificultad de encontrar una prenda que guste, no me gusta lo que venden para mi edad. Por eso tengo un conjunto que mi hija me compró y que siempre uso en las ocasiones especiales, pues no puedo usar lo que se vende por allí (EB, 82 años, Jubilada, femenino, discapacidad física).

Se agrega que las personas con discapacidad auditiva y visual relatan que no tienen problemas con las prendas, pueden vestirse solas, no tienen dificultades con aspectos de funcionalidad, tal vez “algún” problema en relación con los talles. Indican como restricciones la dificultad de comunicación en las tiendas. Los problemas asociados con la sordera van desde la vergüenza por tener que pedir a los otros que repitan o que hablen más alto, o la necesidad de algún miembro de la familia para participar no proceso de compra (Francelin, Motti y Morita, 2010). Lo mismo se observa para las personas con discapacidad visual. Las entrevistadas relatan que el tema pasa por la comunicación.

Con relación a la ropa diaria no tengo problemas, en cuanto a eso lo tengo muy bien administrado. Mi angustia es muy grande cuando tengo que comprar una ropa, pues no puedo distinguir los colores. Cuando pido ayuda a las personas me miran con indiferencia y se les insisto me contestan mal y no me dan atención. Es angustiante salir para comprar sola (BD, 49 años, Licenciada en Gestión Educativa y profesora de Historia, femenino, discapacidad visual).

De esta manera, los relatos se resumen en las prendas que se enganchan en las ruedas de las sillas de ruedas, el uso de determinado tipo de prendas que quedan apretados o muy anchos, telas que lastiman, el uso de los cierres, volados en las mangas, el uso de determinadas camperas, y el largo de los pantalones, fueron repetidos entre los participantes. Hasta llegaron a informar sobre el peligro de

ciertas prendas, como, por ejemplo, la inestabilidad que puede generar una ropa que se enganche con algún aparato y genere tropiezos, que más allá del daño físico, puede generar vergüenza. Según la discapacidad la prenda puede ser una gran incomodidad.

3.2 Autonomía en el acto de vestir

Se destaca la diferencia del tiempo que lleva a las personas con discapacidad para vestirse, principalmente las que tienen discapacidad física, que en ciertos casos requieren la ayuda de otros, o de un ambiente propicio para poder maniobrar sus prendas. Hay que considerar que es distinto vestirse sentado o acostado. Se observa que la autonomía se alcanza en formas “atípicas” en vestirse y desvestirse.

Uno va aprendiendo y usando algunos medios para vestirse sola, pero no es fácil, principalmente, una persona que está sentada todo el tiempo (VE, 46 años, Empleada Administrativa, discapacidad física).

Me ayuda mi mamá (FR, 36 años, estudiante, masculino, discapacidad intelectual).

Mientras tanto, las personas con discapacidad entrevistadas aparte de las limitaciones buscan medios de alcanzar una independencia en relación con la vestimenta y gran parte describe que busca medios de ponerse y quitarse la ropa. Para ellas, es muy importante “vestirse solas”.

Yo me visto sola (MR, 39 años, Estudiante Universitaria, femenino, discapacidad Intelectual).

No necesito a nadie para vestirme (BL, 19 años, estudiante, femenino, discapacidad intelectual).

3.3 Estrategias y soluciones con la ropa

Tanto las mujeres como los hombres entrevistados tienen sus propias estrategias en cuanto a lo que vestir. La mayoría de las veces es mejor utilizar un estilo sutil para mantener la autoestima y evitar sentirse estigmatizado.

Hay ropa que me gusta, pero no me queda bien y me queda apretado y me da vergüenza y eso no uso. Solo uso lo que me queda bien (CA, 30 años, Estudiante, masculino, discapacidad física).

Los participantes que tuvieron problemas para vestirse describieron sus propias formas creativas de mejorar su ropa para que se ajuste a sus cuerpos. Una participante narró cómo busca mejorar el ajuste de las remeras y de los pantalones. Muchas veces las soluciones son muy personales y requieren de cuestiones de ajustes.

Yo como sé de confección estoy siempre adaptando las prendas a mis necesidades. Para una persona con discapacidad física es importante saber lo que tiene que hacer para que las ropas te queden bien, por lo menos intentar (OS, 39 años, Empleada Administrativa, Femenino, discapacidad física).

Se observa que existe una necesidad por la cual la vestimenta ocupe un “sentirse bien”, y esta relación no pasa simplemente por una cuestión de comodidad, sino de una intimidad del cuerpo con la prenda.

3.4 Cuestión de la apariencia

Las mujeres resaltan el tema del maquillaje y el cuidado en presentarse bien estéticamente, principalmente en determinados lugares en que sienten una mayor exposición a las miradas de los demás.

Me gusta maquillarme. Lo único que no me gusta son los aros y los collares (MR, 39 años, Estudiante Universitaria, femenino, discapacidad intelectual).

En general las personas con discapacidad no tienen que convivir solo con un cuerpo cambiante, también la sociedad influye en gran parte de las actitudes que persisten en este medio. Los participantes en menudo admiten percepciones negativas sobre ellos mismos: sobre la forma del cuerpo, la edad, el papel y/o la autoestima que resulte en sentimientos de exclusión. Así, la preocupación es percibida en la falta de prendas para alcanzar un posicionamiento social o que sean por una cuestión de gusto y estilo. Eso, genera inseguridad, vergüenza y rechazo

Yo quería bajar de peso y poner aquella remera que antes me quedaba. Los medicamentos psiquiátricos me hicieron aumentar de peso. Cuando veo que la ropa no me queda bien, no me siento bien (ED, 48 años, Jubilada, femenino, discapacidad mental).

Para los hombres parece no haber preocupación en disimular alguna parte del cuerpo por medio de la prenda. Todos contestaron que están conformes con su cuerpo. Relata uno de los entrevistados.

Gracias a Dios no tengo ningún complejo con mi cuerpo (NS, 39 años, Jubilado, masculino, discapacidad física).

3.5 Moda adaptada

Los participantes consideran como inaceptables las soluciones de los que buscan crear prendas “adaptadas” y evitan los negocios específicos para las personas con discapacidad.

Es pensar en una marca que diferencia y si es adaptado no es ropa normal. No existe ropa adaptado para la persona homosexual, o heterosexual, no sé porque hay que explicarlo puntualmente que es ropa para la persona con discapacidad. Eso es acentuar que hay una diferencia (VE, 46 años, Empleada Administrativa, femenino, discapacidad física).

No hay que tener una ropa adaptada, tengo discapacidad solo eso (MO, 76 años, jubilado, discapacidad mental).

3.6 Opinión de los demás

Los participantes relatan cómo quieren ser percibidos y sobre las opiniones de los otros. Para algunos es importante que las opiniones sean positivas, otros no consideran como relevantes lo que piensan u opinan los demás:

Me gusta que hablé bien (AN,32 años, estudiante, femenino, discapacidad intelectual).

Que me vea linda (AP,40 años, estudiante, femenino, discapacidad intelectual).

Siempre compro todo aquello que me gusta, más allá de lo que otras personas piensen de mí (YA, 18 años, estudiante, femenino, discapacidad auditiva).

En síntesis, las entrevistas en profundidad posibilitaron a esta investigación obtener datos a través de las personas sobre una moda estandarizada, por un lado, en único tipo de cuerpo reverenciado y aceptado. Por otro, que existe también en el mercado, un tipo de consumidor que es invisible. Se observa que, en Argentina, la persona con discapacidad es descripta por los participantes, como el individuo que no atiende a una corporalidad resaltada en el “ser delgado”, como también es el que no tiene un poder económico de compras y eso es un impedimento para ejercer un comportamiento en el consumo. Se puede decir que la discapacidad demuestra una invisibilidad, rechazo y estigma en la moda y por consecuencia en la vestimenta.

4 Discusión

Lo que se ve por las narraciones de las personas con discapacidades que ellos saben que no siguen a los estándares pautados socialmente, pero eso no significa que no tienen los mismos problemas y que no buscan soluciones a sus prendas.

Se observa que existe una total consciencia de lo que es producido no atiende a la diversidad y representaciones sociales. El individuo en su proceso de selección enumera una serie de cuestiones que deben ser respondidas por las prendas expuestas, antes de su consumo. Se podría decir que se origina una idea futurística de la vestimenta. Una visión de cómo la prenda puede quedar y como puede ser aceptada por los otros. En este proceso es que se construye el significado de “yo y mi ropa”, donde al mismo momento que uno mira, es también mirado por la prenda. Allí, también sigue otro cuestionamiento de como ella (prenda) va a presentar bien estéticamente al individuo, principalmente en la discapacidad.

En realidad, lo que se ve es una moda que se presenta fragmentada en el significado de la vestimenta en cuanto parte del individuo en la manipulación de su cuerpo a favor del ideal estético y que ignora prácticas cotidianas en la presentación social. Además, pasa por alto en la etimología de la vestimenta.

La atención es para una moda que progresa cuando se trata de la persona sin discapacidad. Ahora cuando el individuo tiene algún tipo de discapacidad no se observa que ocurra una actualización en el concepto. De allí surge un problema, ¿realmente la moda evoluciona como fenómeno social o ella se retrae cuándo se trata de la cuestión de la estética y de la apariencia de un cuerpo considerado distante de lo que es convencional, o siempre igual?

Es perceptible que ese estigma impida la moda mirar al sujeto con discapacidad. Las entrevistas revelan que hay un conjunto de sensaciones y percepciones que colocan en primer lugar la condición del individuo. Allí reposa una valoración excesiva a lo que se cree como “deficiente”. Basado en ese pensamiento, muchas organizaciones, diseñadores y productores de moda utilizan el imaginario colectivo para desasociar las personas con discapacidad de sus productos y servicios.

Lo que llama atención a una concepción de *desacreditado* como habla Goffman (1993), es decir, de una persona que no tiene valor para la sociedad. Igualmente, un pensamiento que sigue referenciando a la persona con discapacidad como la que era descripta en el modelo de prescindencia¹

¹ Según Palacios (2008) – “Las características o presupuestos esenciales del modelo que se denominará de prescindencia son dos: la justificación religiosa de la discapacidad, y la consideración de que la persona con discapacidad no tiene nada que aportar a la comunidad. En primer lugar, entonces, se asume que las causas que dan origen a la discapacidad son religiosas: un castigo de los dioses por un pecado cometido generalmente por los padres de la persona con discapacidad, o una advertencia de los dioses acerca de que la alianza se encuentra rota y que se avecina una catástrofe. En cuanto al segundo supuesto, se parte de la idea de que la persona con discapacidad no tiene nada que aportar a la sociedad, que es un ser improductivo y además una carga que deberá ser arrastrada, ya sea

en los estudios históricos sobre la discapacidad. Se considera que tal argumento defendido está muy presente en los discursos del diseño de indumentaria actual, como, por ejemplo, que la persona con discapacidad no le interesa la moda, que son cuerpos muy difíciles de vestir, que no es económicamente viable, o también que un cuerpo con discapacidad no puede seguir un patrón de belleza.

Esta condición de “desvalido” permite un juego morfológico, del “DES” como negación y “valido” aquel que no tiene valor, o sea, que no “vale nada” para una sociedad consumista, que no “vale nada” para comprar o elegir que ropa ponerse.

Con eso, se echa una mirada a un grupo de personas “transparentes” a la vestimenta o la moda, llevados por una cristalización que se presenta en dimensiones de impensable y de invisible. Los transparentes en este caso son los que están, pero que no se ven. Están en la moda, son consumidores, tienen preferencias, crean estilos, opinan sobre cómo quieren ser vistos, deciden sobre lo que llevan puesto. Sin embargo, no son considerados en las decisiones de consumo, no son percibidos como usuarios de ciertos productos aun cuando estos productos podrían ser pensados para ellos.

Se utiliza el término “transparentes” partiendo del entendimiento de una tela que no está hecha para cubrir, sino dejar ver lo que es íntimo y no siempre se desea revelar. La transparencia de una tela en el diseño de indumentaria y textil es muy importante, toda vez que la creación de una prenda implica la elección de telas adecuadas por una cuestión visual, gusto, peso, precio, textura, disponibilidad, calidad, entre otros elementos que llevan a la ropa a posicionarse socialmente (Jones, 2005).

Esta investigación presenta la transparencia como el uso de una tela que solamente se puede utilizar en determinados momentos, muy específicos o juntamente con otros tipos de telas, pues del contrario puede causar en su usuario una sensación de desnudez. Ahora cuando se traslada esta transparencia al cuerpo con discapacidad, se piensa también en la cuestión de escasez de tela, es decir, de una falta de apropiación de una prenda o de un derecho de consumo. La persona con discapacidad es transparente a la moda pues son olvidados por aquellos que promueven la moda.

“Los transparentes” son aquellos que no son mirados por la sociedad por medio de una vestimenta apropiada. Son personas que utilizan una indumentaria pensada para el “otro”. La transparencia en el sentimiento de elección y de barreras creadas por una industria de indumentaria que no los quiere ver.

“Los transparentes” no son pensados por el momento por los diseñadores y empresas que producen sus prendas. No existe una lógica de un diseño universal donde al crear una prenda, sea

por los padres o por la misma comunidad”. Palacios, Agustina. *El modelo social de discapacidad: orígenes, caracterización y plasmación en la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad*. Madrid: CINCA, 2008. p.37

considerado, la persona que lo usa. Por ejemplo, que una camisa de manga larga para mujer tenga dos versiones de un mismo modelo, es decir, una con volados y otra sin, lo que serviría a una persona en sillas de ruedas. Recién, están pensando en hacer eso con los talles, saliendo del conocido (S, M, L) y creando para cuerpos más amplios.

No obstante, las personas con discapacidad cuando salen a buscar una prenda también piensan en eso, sobre el bueno que sería que tal camisa, saco, pantalón tuviera alguna funcionalidad, como, por ejemplo, sin volados, con velcros, con elástico, entre otros elementos que compone una prenda. Las indagaciones son constantes y como ellas reafirman, no son tomadas en cuenta cuando salen a comprar.

Lo incoherente, es que eso es observado en un mercado que delibera sobre diferentes consumos y donde las empresas no son inocentes cuando crean determinados productos y servicios. Lo que sí es percibido son prácticas de marketing para obtener informaciones sobre las relaciones de los consumidores con bienes y servicios. Asimismo, la propia moda, tiene como base la capacidad de anticipar el futuro y crear siempre lo novedoso. Eso se debe al hecho de que es parte de una constante interacción social. No hay nada que pueda quedar lejos de la moda.

También, es una moda que es atemporal, porque no se prende ha determinado tiempo, mucho menos a determinado objeto, mientras cuando se piensa en la discapacidad ocurre una paradoja, debido a que en el entorno social habita una moda alienada y que no evoluciona para la inserción de nuevos cuerpos. A pesar de todo lo que ofrece el mercado en variedades de prendas y con innumerables innovaciones tecnológicas, todavía persiste un tipo de consumidor que es renegado al paradigma de un tipo de imagen corporal o a una condición de desacreditable (Goffman, 1993).

La discapacidad coloca en evidencia también a un tipo de patrón que está por afuera del establecido en el económico, en el comercial y en el marketing del escenario de la indumentaria y en base con esto no ocurre una apertura a estrategias más inclusivas de prendas direccionadas a distintas necesidades. Este revelar de exclusión contradice al significado de la vestimenta, en elevar socialmente el individuo por medio de la estética y de la moral.

5 Conclusión

La evolución de la moda y sus impactos en el ámbito social se han mostrado como un campo fértil para la investigación científica. Estos impactos, en parte, se deben a la función y el valor que tiene la moda en la vida de las personas, principalmente tratándose de la vestimenta como parte inherente de cualquier individuo que utiliza de sus prendas, para autoafirmarse en un contexto de interacción social. Mientras, cuando se lleva el tema “moda y vestimenta” al escenario de la

discapacidad, se percibe que algunas partes de los conceptos teóricos y prácticas cotidianas son desconocidas y pocos exploradas, especialmente en la Argentina, donde los estudios son incipientes y con poca integración entre las “investigaciones en discapacidad” y la “producción científica en moda.

De esta manera, este trabajo se arriesgó a cuestionar sobre que pasaba con la persona con discapacidad en su continuidad para incluirse en una sociedad muy preocupada con la imagen y con la apariencia. Sin dejar de lado, que se trata de una sociedad consumista y con una mirada hacia las novedades del “exterior”.

Referencias

- Barthes, Roland. *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós, 2003.
- Carrol, K., K. Welsh, y S. Oro Fox. «Fashion, Work and Disability. .» octubre 2009.
- Churchill, Gilbert A. Jr., J. Tom Brown, y Suter et.al. *Pesquisa Básica de Marketing*. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- De Souza Godinho, Selediana. « la vestimenta como instrumento de reconstrucción de la imagen corporal en las personas con discapacidad .» En *Hacia nuevos perfiles profesionales en discapacidad: de los dichos a los hechos.* , de Liliana Pantano. Buenos Aires: EDUCA, 2016.
- De Souza Godinho, Selediana. «Além das aparências .» *Moda Palavra E-periódico*, jan-jun 2017.
- Ferrante, Carolina, y Miguel A. V. Ferreira. «Cuerpo, discapacidad y trayectorias sociales: dos estudios de caso comparados.» *Revista de Antropología Experimental* , 2008: 403-428.
- Francelin, Madalena Aparecida Silva, Telma Flores Genaro Motti, y Ione Morita. «As Implicações Sociais da Deficiência Auditiva Adquirida em Adultos.» *Saúde Sociedade* 19, nº 1 (2010): 180-192.
- Goffman, Erving. *Estigma, la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu, 1993.
- Jones, Sue Jenkyn. *Fashion design: manual do estilista*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- Kaiser, Susan B., Carla M. Freeman, y Satcy B. Wingate. «Stigmata and negotiated outcomes: Management of appearance by persons with physical disabilities.» *Deviant Behavior*, 1985: p.205-224.
- Kidd, Laura K. « A case study: creating special occasion garments for young women with special needs .» *International Textile & Apparel Association*, 2006.
- Klerk, Helena M. De, y Lucy Ampousah. « The physically disabled South African female consumer’s problems in purchasing clothing.» *International Journal of Consumer Studies.*, 2002: 93-101.

- Meinander, Harriet, Varheenmaa, Minna. «Clothing and textiles for disabled and elderly people.» *Espoo 2002. VTT Tiedotteita – Research Notes* , 2002.
- Palacios, Agustina. *El modelo social de discapacidad: orígenes, caracterización y plasmación en la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad*. Madrid: CINCA, 2008.
- Sant'Anna, Denise Bernuzzi de. «As infinitas descobertas do corpo.» *cadernos pagu* , 2000: 235-249.
- Strauss, A., y J. Corbin. *Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada*. Porto Alegre: Artmed, 2002.
- Thoren, Marianne. «Systems approach to clothing for disabled users. Why is it difficult for disabled users to find suitable clothing.» *Applied Ergonomics*, 1996: 389-396.
- Woltz, S, Carvalho, M. Â. «Vestuário inclusivo: a adaptação do vestuário às pessoas com necessidades especiais.» 2008.