

Accesibilidad e inclusión en la investigación cualitativa: entrevistas con personas usuarias en contextos internacionales.

Cosimano, Micaela.

Cita:

Cosimano, Micaela (2025). *Accesibilidad e inclusión en la investigación cualitativa: entrevistas con personas usuarias en contextos internacionales. XVII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXXII Jornadas de Investigación XXI Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. VII Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. VII Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-004/872>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eNDN/nEH>



ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: ENTREVISTAS CON PERSONAS USUARIAS EN CONTEXTOS INTERNACIONALES

Cosimano, Micaela
Prex Argentina. Buenos Aires, Argentina.

RESUMEN

El presente trabajo se inscribe en el marco de la experiencia del usuario o user experience (UX), que busca desarrollar productos comprensibles, usables y significativos para quienes los utilizan. Desde una perspectiva psicológica, UX implica comprender las necesidades, emociones y comportamientos de las personas usuarias, integrando saberes interdisciplinarios como la psicología, el diseño y la tecnología. El objetivo de esta investigación fue indagar las experiencias de envío de dinero entre personas usuarias de diferentes países, lo cuál es una práctica fundamental que suele ser un sostén familiar, especialmente en contextos de vulnerabilidad. Se utilizó una metodología cualitativa basada en entrevistas semiestructuradas, a fin de explorar barreras, prácticas culturales, emociones y puntos de dolor en el uso de productos digitales financieros. Entre los hallazgos, se destaca el caso de una persona no vidente, que implicó adaptar preguntas, repensar el lenguaje y reflexionar sobre la inclusión de personas con discapacidad en investigaciones aceleradas por los tiempos del mercado. Como conclusión, se argumenta que la psicología tiene un rol clave en UX, aportando herramientas para diseñar experiencias accesibles, éticamente situadas y centradas en la diversidad de quienes usan los productos.

Palabras clave

Experiencia de usuario - Investigación cualitativa - Inclusión - Accesibilidad

ABSTRACT

INCLUSIVE AND ACCESSIBLE QUALITATIVE RESEARCH:

USER INTERVIEWS ACROSS INTERNATIONAL CONTEXTS

This study is framed within the field of User Experience (UX), which aims to develop products that are understandable, usable, and meaningful for those who interact with them. From a psychological perspective, UX involves understanding users' needs, emotions, and behaviors, integrating interdisciplinary knowledge from psychology, design, and technology. The objective of this research was to explore money transfer experiences among users from different countries—a fundamental practice that often serves as a form of family support, especially in contexts of vulnerability. A qualitative methodology was employed,

based on semi-structured interviews, to explore barriers, cultural practices, emotions, and pain points related to the use of digital financial products. Among the findings, a notable case involved a blind participant, which required adapting questions, rethinking language, and reflecting on the inclusion of people with disabilities in research constrained by fast-paced market timelines. In conclusion, the study argues that psychology plays a key role in UX, providing tools to design accessible, ethically grounded experiences that are centered on the diverse realities of users.

Keywords

User experience - Qualitative research - Inclusion - Money transfer - Accessibility

BIBLIOGRAFÍA

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6.^a ed.). McGraw-Hill.
- Nielsen Norman Group. (s.f.). How to conduct usability interviews. <https://www.nngroup.com/articles/usability-interviews/>
- Nielsen Norman Group. (s.f.). Accessibility and inclusivity: Study guide. <https://www.nngroup.com/>
- Norman, D. A. (2016). La psicología de los objetos cotidianos (3.^a ed.). Editorial Paidós. (Obra original publicada en 1988 como The design of everyday things)