ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

"La Dimensión Sensorial del Vestir: Estudio Cualitativo sobre las Necesidades de Diseño Inclusivo, Experiencias de Moda y Expresión de Identidad en Personas Neurodivergentes a nivel Nacional"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN DISEÑO Y GESTIÓN DE LA MODA

PRESENTADA POR

Sifuentes Pimentel, Bely Tarcila
DNI: 46074334, Perú
Quiroz Champa, Ana Lucero
DNI: 72565759, Perú

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN DIRECCIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADA POR

Amaya Santana, Daphne Dinah
DNI: 74295426, Perú

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADA POR

Herrera Sanchez, Matias Fernando

DNI: 72406484, Perú

ASESOR

Lamas González, Susana Cecilia DNI:
40365191, Perú
ORCID: 0000-0002-3771-2250

JURADO

Aranibar D´Uniam, Vanessa
Ampuero Quezada, Héctor David
Robles Montes, Víctor Adrian

Lima, Abril 2026

Reporte de Similitud

La Dimensi%C3%B3n Sensorial del Vestir.docx

Tarea 4 - Entrega Turnitin 1

2252|4299|TITULACIÓN TESIS CREATIVA|MA 19:00-23:00 VI 19:00-23:00

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:569657139

Fecha de entrega
20 mar 2026, 9:15 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
20 mar 2026, 9:26 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
La Dimensión Sensorial del Vestir.docx

Tamaño del archivo
2.6 MB

58 páginas

12.120 palabras

74.102 caracteres

7% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Fuentes principales

5% Fuentes de Internet
1% Publicaciones
4% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

A todas las personas neurodivergentes que, día tras día, habitan un mundo textil no diseñado para ellas, enfrentando con creatividad, resiliencia y agencia las barreras sensoriales que la industria de la moda impone. Esta investigación es un homenaje a su conocimiento experiencial, a su capacidad para transformar el malestar en estrategia y a su lucha silenciosa por el derecho a vestir con comodidad, dignidad y orgullo. Que estas páginas contribuyan a visibilizar sus voces y a sentar las bases de una moda que, finalmente, las reconozca, las incluya y las celebre en toda su diversidad.

A nuestras familias, por su apoyo incondicional, su paciencia infinita y su confianza inquebrantable en este proyecto académico. Su amor y comprensión fueron el sostén emocional que nos permitió sortear los momentos de duda y cansancio, recordándonos siempre que el esfuerzo colectivo y la perseverancia son el único camino para alcanzar metas significativas.

A nuestra alma mater, por ser el espacio donde iniciamos nuestra formación profesional y donde aprendimos que la investigación no es solo un ejercicio académico, sino una herramienta poderosa para transformar realidades y contribuir a la construcción de un mundo más justo, empático e inclusivo. Gracias por forjarnos en cada etapa de la carrera y por permitirnos vivir un proceso de transformación que consolidó nuestra identidad profesional y nuestro compromiso con el diseño y la comunicación como motores de cambio social.

Finalmente, dedicamos este trabajo a las futuras generaciones de diseñadores, comunicadores e investigadores que continuarán explorando la intersección entre moda, neurociencia y diseño inclusivo. Que este estudio sea un punto de partida e inspiración para seguir tejiendo, desde el rigor académico y la sensibilidad humana, una moda que abrace la diversidad en todas sus dimensiones.

Agradecimiento

En primer lugar, dedico este logro a mis hijos, quienes son mi mayor fortaleza y la principal motivación en mi vida; en ellos vive el profundo anhelo de verme convertida en una gran profesional, y espero que mi esfuerzo sea un ejemplo para ellos, que puedan verme alcanzar mis metas y sentirse orgullosos de tener una madre luchadora. De igual manera, expresó mi más sincero agradecimiento a mi esposo por su apoyo constante y por acompañarme con paciencia en cada meta que me he propuesto a lo largo de mi formación académica y personal, así como a mi mascota, cuya compañía durante las largas noches de trabajo se convirtió en una fuente de motivación e inspiración en los momentos de mayor esfuerzo.

Finalmente, reconozco mi propia perseverancia a lo largo de estos años, ya que, a pesar de las adversidades que se presentaron en el camino, logré mantenerme firme en mis objetivos; este título no representa solo una meta alcanzada, sino también el compromiso de seguir creciendo y evolucionando para convertirse en una persona excepcional y una profesional de excelencia.

Bely Sifuentes Pimentel

Agradezco, en primer lugar, a mí misma por haber enfrentado mis miedos, por no rendirme en los momentos de duda y por demostrarme que soy capaz de alcanzar aquello que me propongo, incluso cuando el camino parece difícil. Este trabajo representa un proceso de crecimiento personal, constancia y confianza en mis propias capacidades.

También agradezco profundamente a mi madre por su apoyo incondicional durante todo este proceso. Gracias por estar presente en cada etapa, por acompañarme siempre y por brindarme tu apoyo y fortaleza de una manera única. Tu confianza y tu amor han sido fundamentales para poder llegar hasta aquí.

Lucero Quiroz Champa

A mis padres, por ser mi refugio y mi impulso, por cada sacrificio que nunca me cobraron y por creer en mí incluso cuando yo dudaba; a mis hermanos, cómplices de toda la vida, por las risas en los momentos difíciles y por recordarme siempre que no estoy solo en este camino; a mi abuela, por sus abrazos que curan todo, por sus rezos que me acompañan a donde quiera que voy y por mirarme siempre con ese orgullo que no necesita palabras. A mis maestros, por su paciencia y entrega, por dejar una huella que va más allá de las aulas; y a mis compañeros, por los cafés compartidos, las trasnochadas y la amistad sincera que convirtió el esfuerzo en algo más llevadero. Gracias a todos por ser parte de mi historia, por su cariño incondicional y por enseñarme que, al final del día, lo único que realmente importa es la gente que camina a tu lado.

Matías Herrera Sánchez

A mis padres, Lourdes y Fernando, y a mi hermana Dana, pilares fundamentales en mi vida, quienes con su fortaleza y dedicación me han enseñado el valor del esfuerzo; gracias por sus consejos, apoyo incondicional y por motivarme cada día a perseguir mis sueños. A mis queridas profesoras Sonia, Rosa y Frida, les agradezco profundamente por su guía constante, paciencia y humanidad, pues sus enseñanzas y respaldo han dejado una huella imborrable en mi formación. También extiendo mi gratitud a Micaela, por su amistad siempre fiel y noble, un regalo invaluable que ha sido parte esencial de este recorrido. Finalmente, gracias a todas las experiencias y personas que me impulsaron a practicar cada una de mis capacidades y a perseverar hasta alcanzar mis metas y proyectos personales.

Daphne Amaya Santana

Resumen Ejecutivo

El presente estudio analiza la experiencia sensorial y la construcción de identidad a través del vestir en personas neurodivergentes dentro de la industria global de la moda. El problema se sitúa en la persistente priorización de criterios estéticos y productivos por encima de las necesidades táctiles, emocionales y funcionales de este colectivo, lo que genera barreras que afectan su bienestar, autonomía y participación social. Bajo un enfoque cualitativo exploratorio de alcance nacional, se realizaron entrevistas en profundidad a perfiles neurodivergentes diversos y se aplicó un análisis temático centrado en la experiencia vivida. Los hallazgos evidencian que factores como texturas, costuras, etiquetas y sistemas de cierre influyen directamente en la regulación sensorial, la autoestima y la expresión identitaria. La investigación aporta lineamientos prácticos para el diseño neuroafirmativo, destacando la importancia del confort táctil, la libertad de movimiento y la validación estética como pilares para una moda verdaderamente inclusiva y centrada en la diversidad neurológica.

Palabras Clave

Neurodivergencia, experiencia sensorial, moda inclusiva, identidad y vestimenta, diseño neuroafirmativo, confort táctil en la indumentaria.

Tabla de Contenidos

Reporte de Similitud 3

Dedicatoria 4

Agradecimiento 5

Resumen Ejecutivo 7

Capítulo I: Introducción 11

1.1. Problema de Investigación 11

1.2. Vacío en el Conocimiento 12

1.3. Justificación de la Investigación 14

Capítulo II: Revisión de la literatura 16

2.1. Estado del Arte 16

2.2. Marco Teórico 18

Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación 21

3.1. Objetivo General 21

3.2. Objetivos Específicos 21

3.3. Pregunta General 22

3.4. Preguntas Específicas 22

3.5. Proposición General 22

3.6. Proposiciones Específicas 23

Capítulo IV: Metodología 25

4.1. Tipo y enfoque de investigación 25

4.2. Diseño metodológico 26

4.3. Participantes o casos de estudio 28

4.4. Técnicas e instrumentos 29

4.5. Procedimiento 31

Capítulo V: Resultados 34

5.1. Hipersensibilidad Táctil y Elementos de Malestar en la Vestimenta 34

5.2. Preferencias Textiles y Búsqueda de Confort Sensorial 36

5.3. Moda como Herramienta de Expresión Identitaria 38

5.4. Estrategias de Afrontamiento y Adaptación Textil 39

5.5. Demandas de Diseño Inclusivo y Moda Neuroafirmativa 41

Capítulo VI: Discusión 43

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones 46

7.1. Conclusiones 46

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones 48

Referencias 50

Anexos 57

Anexo 1: Guía de Entrevista 57

Índice de Tablas y Figuras

Figura 1 Ejemplo de cómo el acabado del puño de una casaca puede causar alergia. 35

Figura 2 Ejemplo de un perfil de TikTok dedicado a una marca de ropa inclusiva elaborada en algodón y sin etiquetas. 38

Figura 3 Perfil de TikTok que evidencia cómo la identidad personal puede influir en las emociones y en la autoidentificación, con énfasis en el bienestar y la comodidad. 39

Figura 4 Ejemplo de un canal de TikTok orientado a la difusión de prendas adaptadas en el ámbito de la moda exclusiva, priorizando la funcionalidad y la practicidad. 40

Figura 5 Ejemplo de una cuenta de TikTok que difunde propuestas de diseño exclusivo mediante desfiles de pasarela. 42

Capítulo I: Introducción

1.1. Problema de Investigación

La relación entre el ser humano y su vestimenta trasciende la función protectora para constituirse como un medio fundamental de expresión identitaria, bienestar sensorial y participación social. Sin embargo, la industria global de la moda, históricamente orientada por lógicas comerciales, estéticas homogeneizantes y tallajes estandarizados, ha desarrollado sus procesos de diseño y producción al margen de la diversidad corporal y, especialmente, de la diversidad neurológica de las personas. Esta omisión sistemática genera una barrera significativa para la población neurodivergente que incluye a personas con autismo, TDAH, dislexia y otras condiciones del neurodesarrollo, cuyas experiencias sensoriales atípicas frente a estímulos como texturas, costuras, etiquetas o la rigidez de las prendas pueden convertir el acto cotidiano de vestirse en una fuente de malestar, ansiedad o sobrecarga sensorial (Laverty, 2023; Thorpe, 2025). En un contexto donde la moda rápida y la producción masiva priorizan la estética visual y el bajo costo, las necesidades táctiles, propioceptivas y de libertad de movimiento de este colectivo permanecen sistemáticamente desatendidas, perpetuando un ciclo de exclusión que afecta su autonomía, su calidad de vida y su capacidad para habitar el mundo con comodidad.

Esta problemática se agrava al constatar que la investigación académica y el desarrollo industrial han priorizado el diseño de moda adaptada casi exclusivamente para personas con discapacidades físicas o motoras, dejando un vacío crítico en la comprensión de las necesidades específicas de la población neurodivergente (Chambers, 2024). Si bien existen estudios pioneros que exploran las experiencias sensoriales de personas autistas con la ropa (Kyriacou et al., 2023) o que proponen metodologías de codiseño con personas con TDAH (Chambers, 2024), la literatura aún carece de marcos

teóricos y hallazgos empíricos que aborden de manera integral y global cómo las personas neurodivergentes experimentan la moda, qué características de diseño (texturas, cortes, sistemas de cierre, ausencia de estímulos aversivos) promueven su bienestar, y de qué manera la vestimenta puede convertirse en una herramienta de afirmación identitaria y no solo en un mecanismo de evitación del malestar. Esta brecha de conocimiento se manifiesta también en la oferta comercial: las iniciativas existentes son escasas, fragmentadas y, en muchos casos, carecen de una base investigativa sólida que garantice que las prendas respondan genuinamente a las necesidades vividas por la comunidad, limitando así el desarrollo de una moda verdaderamente inclusiva y neuroafirmativa.

1.2. Vacío en el Conocimiento

A pesar del creciente interés académico y comercial por la moda inclusiva y adaptada, persiste un vacío teórico y empírico significativo que impide una comprensión profunda y matizada de la relación entre las personas neurodivergentes y la indumentaria a nivel global. La literatura previa se ha concentrado de manera predominante en el diseño para discapacidades físicas, en la ergonomía del vestir o en el desarrollo de textiles técnicos, sin desarrollar marcos conceptuales sólidos que aborden las dimensiones sensoriales, emocionales e identitarias que la moda adquiere para la población neurodivergente (Miguel et al., 2024; Chooset & Sukhabot, 2025). Si bien investigaciones recientes han comenzado a explorar las experiencias de personas autistas con la ropa (Kyriacou et al., 2023; Laverty, 2023) o han propuesto procesos de codiseño con adultos con TDAH (Chambers, 2024), estos esfuerzos, aunque valiosos, se presentan de manera aislada y no han logrado articular un cuerpo de conocimiento unificado que permita comprender las necesidades transversales y específicas de las distintas condiciones dentro del espectro de la neurodivergencia. Por lo tanto, se

requiere un enfoque que trascienda la mera descripción de aversiones sensoriales y se centre en los procesos íntimos, subjetivos y culturales que configuran la experiencia de vestir, reconociendo la moda no solo como una necesidad funcional, sino como un territorio de construcción de agencia, autonomía y expresión del yo (Libai et al., 2025; Fernandes & Vidal, 2024).

La principal brecha metodológica reside en la escasez de estudios cualitativos que exploren a profundidad, desde las propias voces de las personas neurodivergentes y en diversos contextos geográficos y culturales, cómo se construye el significado de la moda en sus vidas. La mayoría de los trabajos existentes se inclinan hacia enfoques cuantitativos, centrados en la medición de respuestas fisiológicas o en encuestas de satisfacción, lo que limita la comprensión de las dimensiones simbólicas, emocionales y contextuales que determinan la relación de una persona con su vestimenta (Miguel et al., 2024). Existe una brecha crítica al no explorar a fondo, mediante metodologías como la fenomenología, los estudios de armario (wardrobe studies) o el codiseño participativo, cómo se negocian las preferencias estéticas con las necesidades sensoriales, de qué manera las barreras en la moda afectan la participación social y la construcción de identidad, y cuáles son las estrategias que las personas neurodivergentes desarrollan para navegar un mundo textil no diseñado para ellas. La literatura necesita una mayor exploración de estas dinámicas, especialmente considerando la necesidad de nuevos modelos de diseño y marcos teóricos que, alejándose del paradigma clínico o asistencialista, aborden la moda desde una perspectiva neuroafirmativa, capaz de incorporar la agencia, la diversidad y la experiencia vivida como ejes centrales de la investigación y la innovación en el sector (Chooset & Sukhabot, 2025; Fernandes & Vidal, 2024; Thorpe, 2025).

1.3. Justificación de la Investigación

El sector de la moda, como uno de los motores económicos y culturales más poderosos a nivel global, se encuentra en un proceso de transformación impulsado por demandas sociales de diversidad, equidad e inclusión. Tradicionalmente anclado en cánones estéticos homogéneos y en una producción masiva que prioriza la rentabilidad sobre el bienestar del usuario, este sector enfrenta hoy el desafío de repensar sus prácticas para atender a poblaciones históricamente marginadas, entre las que se encuentran las personas neurodivergentes (Ong et al., 2022). La moda convencional no sólo ha ignorado las necesidades sensoriales de este colectivo, sino que ha contribuido a su exclusión al diseñar prendas que, lejos de facilitar la vida cotidiana, se convierten en fuentes de malestar, ansiedad y barreras para la participación social plena. En este contexto, comprender la dimensión sensorial del vestir y las necesidades de diseño inclusivo desde la perspectiva de las personas neurodivergentes no es únicamente una cuestión de accesibilidad, sino un imperativo ético y social que busca garantizar el derecho a la comodidad, la autonomía y la expresión identitaria a través de la vestimenta. La investigación se justifica, por tanto, en su potencial para visibilizar una realidad silenciada y para sentar las bases de una industria más justa, empática y diversa, capaz de reconocer que el bienestar sensorial es un componente esencial de la dignidad humana (Mohammed & Sundararajan, 2024).

La relevancia del estudio se acentúa al considerar el vacío existente en la oferta comercial y en el desarrollo de políticas de diseño inclusivo a nivel mundial. Actualmente, las personas neurodivergentes se ven obligadas a desarrollar estrategias individuales de adaptación como cortar etiquetas, usar ropa muy usada o evitar ciertas prendas por completo para poder vestirse sin experimentar sobrecarga sensorial (Laverty, 2023). Esta situación evidencia una profunda desconexión entre la industria y

las necesidades reales de una parte significativa de la población. Este análisis cualitativo es crucial para que el sector creativo, los diseñadores y las marcas desarrollen modelos de producción y diseño más sostenibles, éticos y centrados en el usuario, que vayan más allá de las adaptaciones superficiales o las estrategias de marketing inclusivo sin sustento real. La calidad y la adecuación sensorial de las prendas no son aspectos menores en el ecosistema de la moda, pues determinan si una persona puede o no habitar su cuerpo con libertad y expresar su identidad sin sacrificar su bienestar (Putri & Qurniawati, 2025). Así, esta investigación no solo contribuye al avance del conocimiento académico en la intersección entre moda, neurociencia y diseño inclusivo, sino que aspira a proporcionar una base empírica sólida para la innovación en el sector, promoviendo un cambio de paradigma hacia una moda verdaderamente neuroafirmativa y accesible para todas las personas.

Capítulo II: Revisión de la literatura

2.1. Estado del Arte

El interés académico y comercial por la relación entre la moda y la neurodivergencia ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años, configurando un campo de estudio emergente que converge con disciplinas como el diseño inclusivo, la terapia ocupacional y la psicología sensorial. Investigaciones pioneras han comenzado a desentrañar las complejas experiencias sensoriales de las personas neurodivergentes con la ropa, evidenciando que elementos de diseño cotidianos, como etiquetas, costuras o determinadas texturas, pueden convertirse en fuentes significativas de malestar o, por el contrario, en herramientas de regulación emocional y bienestar (Kyriacou et al., 2023; Laverty, 2023). Este creciente cuerpo de literatura subraya una problemática fundamental: la industria de la moda, al priorizar sistemáticamente la estética visual sobre la experiencia háptica y propioceptiva del usuario, ha ignorado las necesidades de una parte sustancial de la población, lo que no solo limita su comodidad diaria, sino que también restringe su participación social y expresión identitaria (Thorpe, 2025). En este contexto, la investigación contemporánea busca no solo documentar estas barreras, sino también proponer metodologías de diseño participativo que coloquen la experiencia vivida de las personas neurodivergentes en el centro del proceso creativo.

Diversos estudios han adoptado enfoques metodológicos innovadores para abordar esta brecha. Por un lado, investigaciones como las de Maureen Selina Laverty (2023) en la Oslo Metropolitan University han utilizado estudios de armario (wardrobe studies) con 70 participantes neurodivergentes para comprender a profundidad sus interacciones cotidianas con la ropa, revelando preferencias abrumadoras por fibras

naturales y una fuerte aversión a la construcción barata de la moda rápida. Paralelamente, Brittany Thorpe (2025), a través de su proyecto "(Dis)Embodied Garments", ha implementado talleres de codiseño con creadores neurodivergentes, demostrando que las prendas resultantes, cargadas de significado sensorial personal, no podrían haber sido concebidas únicamente desde la perspectiva de diseñadores neurotípicos . En el ámbito de las condiciones específicas, destaca la tesis de maestría de Sophya Tse-Lin Chambers (2024) en la Universidad de Massey, quien desarrolló un proceso de diseño informado por TDAH para adultos, criticando acertadamente que la mayoría de las soluciones existentes se centran exclusivamente en la población juvenil. Asimismo, Kelsey Thornton (2022) en el Savannah College of Art and Design exploró el diseño de ropa deportiva femenina que incorpora texturas y características diseñadas para estimular conductas autorreguladoras (fidgeting) de manera positiva, validando sus propuestas a través de encuestas abiertas a personas con necesidades sensoriales . Esta diversidad metodológica, que va desde la fenomenología hasta el diseño participativo, refleja la madurez incipiente de un campo que busca ir más allá de la mera descripción de problemas para co-crear soluciones tangibles.

El desarrollo de iniciativas comerciales y proyectos de diseño especulativo también ha contribuido significativamente a visibilizar y materializar estas necesidades. La diseñadora Millie Haywood, a través de su marca Mentally Unstitched, ha creado hoodies confeccionados con el mismo tejido suave que los peluches, incorporando capuchas lo suficientemente grandes para cubrir audífonos y orificios para los pulgares, respondiendo directamente a su experiencia personal como persona autista . De manera similar, el colectivo estudiantil SOLACE Collective de la Universidad de Syracuse, tras una encuesta a 430 personas que reveló que el 95% experimenta malestar con su ropa, ha desarrollado una línea de prendas que incluye bolsillos con texturas internas para

estimulación táctil discreta y puños ajustables para un control personalizado de la presión . En el ámbito profesional, destaca CozyIno, una marca diseñada por la analista de conducta Deena Moustafa, que aplica principios de la ciencia del comportamiento para crear prendas "sin etiquetas, sin puntos de presión y sin costuras que rasquen", comercializadas como una herramienta de regulación del sistema nervioso . Por último, desde una perspectiva más conceptual, el proyecto "Neurodiversity Cloth" de los diseñadores surcoreanos Kim Juhee y Lee Yujin utiliza prendas inflables para hacer tangible y visible la necesidad de "distancia neurológica" en espacios públicos saturados, ampliando el debate sobre cómo el diseño puede mediar en la relación entre el individuo neurodivergente y su entorno . En conjunto, este estado del arte revela un campo en efervescencia que transita desde la constatación del problema hacia la proposición de soluciones de diseño diversas, aunque aún falta un marco integrador que articule estos esfuerzos a nivel global y que profundice en la dimensión de la moda como constructor de identidad y no solo como respuesta al déficit sensorial.

2.2. Marco Teórico

El estudio de la moda para personas neurodivergentes puede abordarse desde la teoría de la integración sensorial, desarrollada originalmente por la terapeuta ocupacional y psicóloga Anna Jean Ayres. Esta teoría postula que el sistema nervioso central es responsable de procesar, organizar e integrar la información sensorial proveniente del propio cuerpo y del entorno, permitiendo así respuestas adaptativas y un comportamiento funcional (Ayres, 1972). En el contexto de la neurodivergencia, particularmente en condiciones como el trastorno del espectro autista (TEA) y el trastorno por déficit de atención e hiperactividad (TDAH), la literatura especializada ha documentado patrones atípicos de procesamiento sensorial que pueden manifestarse como hipersensibilidad (respuesta exagerada a estímulos como texturas ásperas,

etiquetas o costuras) o hiposensibilidad (búsqueda intensa de estímulos táctiles o propioceptivos) (Kyriacou et al., 2023; Laverty, 2023). Desde este marco, la vestimenta deja de ser un elemento neutro para convertirse en un entorno sensorial inmediato y constante, capaz de generar bienestar, regulación emocional o, por el contrario, malestar crónico y sobrecarga sensorial. Así, la moda se configura como un territorio de intervención crucial para la calidad de vida, donde el diseño de las prendas puede facilitar o entorpecer la capacidad de la persona para habitar el mundo con comodidad y autonomía.

Complementariamente, el paradigma del diseño inclusivo y el diseño centrado en el usuario (DCU) proporciona un marco metodológico y ético para abordar las necesidades de poblaciones históricamente marginadas por la industria. A diferencia del diseño universal, que busca crear una solución única para todos, el diseño inclusivo reconoce la diversidad humana y propone procesos de codiseño y participación activa de los usuarios finales en todas las etapas de creación (Clarkson et al., 2013). En el ámbito de la moda para personas neurodivergentes, investigaciones recientes han demostrado que las metodologías participativas, como los talleres de codiseño o los estudios de armario (wardrobe studies), permiten capturar dimensiones subjetivas y sensoriales que los enfoques tradicionales de diseño, basados únicamente en criterios estéticos o ergonómicos, pasan por alto (Thorpe, 2025; Laverty, 2023). Este enfoque implica reconocer a las personas neurodivergentes no como sujetos de estudio pasivos o meros receptores de soluciones diseñadas por otros, sino como expertos en su propia experiencia sensorial y emocional, cuyos conocimientos deben integrarse en el proceso creativo para garantizar que las prendas resultantes respondan genuinamente a sus necesidades y aspiraciones (Chambers, 2024).

Finalmente, resulta indispensable incorporar la perspectiva de la moda como constructor de identidad y agencia, la cual trasciende las concepciones reduccionistas que limitan el vestir a la protección o la cobertura del cuerpo. Desde la sociología de la moda y los estudios culturales, se ha establecido que la indumentaria opera como un sistema de comunicación no verbal a través del cual los individuos negocian su pertenencia a grupos, expresan su individualidad y construyen narrativas sobre sí mismos (Entwistle, 2000; Barnard, 2014). Para las personas neurodivergentes, esta dimensión identitaria adquiere una relevancia particular, pues con frecuencia se ven forzadas a elegir entre la comodidad sensorial y la expresión estética, al no encontrar en el mercado opciones que integren ambas dimensiones (Laverty, 2024). La literatura emergente en este campo subraya que las personas neurodivergentes no buscan únicamente evitar el malestar, sino también experimentar emociones positivas a través de la ropa: sentirse "libres", "ellos mismos", "capaces de trepar árboles" o "bailar como niños" (Laverty, 2024). En este sentido, la moda inclusiva no debe limitarse a eliminar barreras sensoriales, sino que debe aspirar a ser una herramienta de afirmación neurodivergente, capaz de reflejar y celebrar la diversidad de formas de habitar el cuerpo y el mundo. Este enfoque se alinea con el paradigma de la neurodiversidad, que rechaza las concepciones patologizantes y aboga por el reconocimiento de las variaciones neurológicas como diferencias humanas valiosas que merecen ser respetadas y acomodadas socialmente (Singer, 1999; Kapp et al., 2013).

Capítulo III: Propósitos y fundamentos de la investigación

3.1. Objetivo General

Analizar cómo las experiencias sensoriales, las necesidades de diseño inclusivo y los significados identitarios asociados a la vestimenta son experimentados y narrados por personas neurodivergentes a nivel nacional, considerando sus percepciones, prácticas cotidianas de uso y las barreras que enfrentan en el acceso a una moda sensorialmente adecuada, así como los significados que este colectivo atribuye a la comodidad táctil, la libertad de movimiento y la expresión de su identidad a través de la ropa en el contexto de la vida contemporánea.

3.2. Objetivos Específicos

1. Identificar las principales barreras sensoriales y físicas que las personas neurodivergentes enfrentan en su interacción cotidiana con la ropa, considerando texturas, costuras, etiquetas y sistemas de cierre que generan malestar o sobrecarga sensorial.

2. Describir las preferencias de diseño y las características textiles (fibras, cortes, ausencia de estímulos aversivos) que las personas neurodivergentes identifican como facilitadoras de comodidad, bienestar y regulación sensorial en su vestimenta diaria.

3. Explorar el significado que las personas neurodivergentes atribuyen a la moda como herramienta de construcción de identidad y expresión de su neurodivergencia, más allá de la mera funcionalidad o evitación del malestar.

4. Analizar las estrategias de adaptación y búsqueda de información que las personas neurodivergentes desarrollan para navegar un mercado textil no diseñado para sus necesidades, incluyendo el uso de comunidades online y recomendaciones entre pares.

3.3. Pregunta General

¿Cómo experimentan y narran las personas neurodivergentes sus vivencias sensoriales con la vestimenta, y de qué manera estas experiencias configuran sus necesidades de diseño inclusivo, sus prácticas cotidianas de uso y los significados identitarios que atribuyen a la ropa en el contexto de la vida contemporánea a nivel nacional?

3.4. Preguntas Específicas

1. ¿Cuáles son las principales barreras sensoriales y físicas que las personas neurodivergentes identifican en su interacción diaria con la ropa, particularmente en relación con texturas, costuras, etiquetas y sistemas de cierre que les generan malestar o sobrecarga sensorial?

2. ¿Qué características de diseño y propiedades textiles (fibras naturales, cortes holgados, ausencia de elementos aversivos) son valoradas por las personas neurodivergentes como facilitadoras de comodidad, bienestar y regulación sensorial en su vestimenta cotidiana?

3. ¿Qué significados atribuyen las personas neurodivergentes a la moda en tanto herramienta de construcción identitaria y expresión de su neurodivergencia, más allá de la función meramente práctica o de evitación del malestar?

4. ¿Qué estrategias de adaptación, consumo selectivo y búsqueda de información desarrollan las personas neurodivergentes para enfrentar las limitaciones de un mercado textil convencional que no considera sus necesidades sensoriales específicas?

3.5. Proposición General

La relación de las personas neurodivergentes con la vestimenta está determinada por una compleja interacción entre sus experiencias sensoriales atípicas, sus necesidades de diseño inclusivo y su deseo de expresión identitaria. A través de narrativas

personales y estrategias cotidianas de adaptación, las personas neurodivergentes desarrollan un conocimiento profundo sobre qué características textiles y de diseño les proporcionan comodidad, bienestar y regulación sensorial. Estas experiencias se sostienen en la búsqueda constante de prendas que no solo eviten el malestar, sino que también permitan la afirmación de su identidad y su participación plena en la vida social. No obstante, la ausencia de oferta comercial inclusiva y la prevalencia de diseños basados exclusivamente en criterios estéticos convencionales perpetúan barreras significativas que afectan su autonomía, su calidad de vida y su capacidad para expresarse libremente a través de la moda.

3.6. Proposiciones Específicas

1. Las experiencias sensoriales de las personas neurodivergentes con la vestimenta están determinadas por la presencia de estímulos táctiles aversivos como etiquetas, costuras y texturas sintéticas, lo que genera barreras significativas para su comodidad y bienestar cotidiano, tal como ha sido documentado en estudios sobre autismo y procesamiento sensorial.

2. Las personas neurodivergentes desarrollan estrategias de adaptación y preferencias de diseño específicas como la elección de fibras naturales, la eliminación de etiquetas y la búsqueda de prendas sin costuras que les permiten regular su experiencia sensorial y evitar la sobrecarga, evidenciando un conocimiento profundo y experiencial sobre sus necesidades textiles.

3. La participación activa de personas neurodivergentes en procesos de codiseño y la incorporación de sus voces en el desarrollo de prendas permiten generar soluciones de moda inclusiva que no solo atienden a necesidades sensoriales, sino que también afirman su identidad y agencia, superando los enfoques puramente asistencialistas o clínicos.

4. La ausencia de oferta comercial inclusiva y la falta de representación de la neurodivergencia en la industria de la moda perpetúan un ciclo de exclusión que afecta negativamente la autoestima, la participación social y la expresión identitaria de las personas neurodivergentes, quienes con frecuencia deben elegir entre la comodidad sensorial y la estética deseada.

Capítulo IV: Metodología

4.1. Tipo y enfoque de investigación

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, debido a que el propósito central fue comprender a profundidad las percepciones, significados y experiencias vividas por las personas neurodivergentes en torno a su relación con la vestimenta y las dimensiones sensoriales, funcionales e identitarias que la configuran. A diferencia de los modelos cuantitativos predominantes en la literatura previa sobre diseño de moda, que suelen centrarse en la medición de variables ergonómicas o en encuestas de satisfacción, este estudio priorizó la exploración de las dimensiones subjetivas que determinan cómo las personas neurodivergentes experimentan el malestar o el bienestar a través de la ropa, así como las estrategias que desarrollan para adaptar su vestimenta a sus necesidades sensoriales. De esta manera, se logró capturar la riqueza de los criterios heurísticos e intuitivos que las personas neurodivergentes aplican para evaluar la idoneidad de una prenda, permitiendo una aproximación interpretativa y holística del fenómeno estudiado, tal como ha sido documentado en investigaciones previas que emplean estudios de armario y metodologías participativas.

En cuanto a su finalidad, el estudio fue de carácter aplicado, ya que se orientó a abordar un problema real y contemporáneo dentro del campo del diseño inclusivo y la moda: la exclusión sistemática de las necesidades sensoriales y funcionales de las personas neurodivergentes en la oferta comercial textil a nivel global. Al centrarse en las experiencias vividas, las barreras cotidianas y las estrategias de adaptación desarrolladas por este colectivo, la investigación buscó generar conocimiento útil que permita a diseñadores, marcas y profesionales del sector textil desarrollar prendas y procesos de diseño más inclusivos, éticos y centrados en el usuario. El análisis no solo contribuyó a la teoría sobre moda y neurodivergencia, sino que proporcionó una base

descriptiva para optimizar el diseño de prendas sensorialmente adecuadas que respondan genuinamente a las necesidades de comodidad, bienestar y expresión identitaria de las personas neurodivergentes.

Finalmente, este enfoque permitió interpretar cómo los participantes construyen sentido en torno a su relación con la vestimenta, reconociendo que la experiencia sensorial no es una métrica superficial o meramente fisiológica, sino un proceso relacional, subjetivo y profundamente vinculado a la identidad y la agencia personal. Mediante el análisis de las narrativas sobre el malestar táctil, las preferencias textiles y las estrategias de adaptación, se pudo desentrañar el papel de la ropa como un entorno sensorial inmediato que puede facilitar o entorpecer la participación social, la autonomía y el bienestar emocional de las personas neurodivergentes. El marco cualitativo facilitó la comprensión de cómo la experiencia vivida y el conocimiento experiencial de las personas neurodivergentes actúan como pilares fundamentales para identificar las características de diseño que promueven la inclusión y la afirmación identitaria en el ecosistema de la moda contemporánea.

4.2. Diseño metodológico

El estudio se fundamentó en un diseño de investigación cualitativo, con un alcance exploratorio y descriptivo. Este enfoque fue seleccionado estratégicamente para abordar el vacío en el conocimiento teórico identificado en la literatura, el cual requiere ir más allá de la medición de respuestas fisiológicas o encuestas de satisfacción y centrarse en la comprensión en profundidad de los procesos íntimos, subjetivos y emocionales que configuran la relación de las personas neurodivergentes con la vestimenta. El carácter cualitativo permitió capturar los criterios heurísticos e intuitivos, las percepciones sensoriales y los significados que las personas neurodivergentes atribuyen a la comodidad táctil, la libertad de movimiento y la expresión de su identidad

a través de la ropa, elementos cruciales para la construcción de un diseño inclusivo y neuroafirmativo en el contexto de la moda contemporánea.

Este diseño se consideró idóneo para la investigación, dado que el objetivo principal no era la medición estadística ni la generalización de resultados a poblaciones amplias, sino la exploración a profundidad de las dimensiones cualitativas de la experiencia sensorial y el significado identitario desde la perspectiva de las propias personas neurodivergentes. Al limitar el universo de estudio a un grupo reducido de participantes, el diseño cualitativo posibilita una inmersión profunda en sus discursos, comportamientos y procesos de discernimiento sobre qué características textiles y de diseño les proporcionan bienestar o malestar. Esto resultó crucial para describir cómo se construye el conocimiento experiencial sobre la ropa y se generan estrategias de adaptación en un mercado textil predominantemente no inclusivo, permitiendo a la investigación abordar de manera exhaustiva el mecanismo de la agencia y la autodeterminación como variables mediadoras en la relación entre la persona neurodivergente y su vestimenta.

Para la recolección de datos, se utilizaron dos técnicas principales: entrevistas semiestructuradas a profundidad y observación del contenido compartido en comunidades online de personas neurodivergentes. Las entrevistas semiestructuradas se aplicaron a una muestra intencional de participantes neurodivergentes con el fin de recabar información emocional, cognitiva y conductual sobre sus experiencias cotidianas con la ropa, sus preferencias textiles y las barreras que enfrentan en el acceso a una moda sensorialmente adecuada, un método frecuentemente favorecido en la literatura para comprender la formación de vínculos emocionales y sensoriales con la vestimenta. La observación, por su parte, complementa este enfoque al permitir el análisis directo de las estrategias de adaptación, las recomendaciones entre pares y la

manifestación de necesidades no satisfechas en espacios digitales donde las personas neurodivergentes comparten sus experiencias y conocimientos sobre moda inclusiva, elementos clave que sustentan la construcción de comunidades de apoyo y la generación de conocimiento colectivo sobre diseño sensorialmente adecuado.

4.3. Participantes o casos de estudio

Los entrevistados correspondieron a tres perfiles estratégicos diseñados para comprender la construcción de las experiencias sensoriales, las necesidades de diseño inclusivo y los significados identitarios en la relación de las personas neurodivergentes con la vestimenta, desde diversos ángulos del ecosistema de la moda y la experiencia vivida. La entrevistada 1 fue Adriana, de 26 años diagnosticada con trastorno del espectro autista, quien participó como experta en su propia experiencia sensorial y como usuario habitual de prendas adaptadas. Su perfil aportó una base vivencial y reflexiva sobre las barreras táctiles que enfrenta en su vida cotidiana, las estrategias que ha desarrollado para seleccionar prendas que le generen bienestar y las dificultades para encontrar opciones estéticamente aceptables que no comprometan su comodidad sensorial.

La entrevistada 2 fue Adriana, quien integró el estudio desde su rol como diseñadora de moda especializada en diseño inclusivo y con experiencia en procesos de codiseño con comunidades neurodivergentes. Su intervención permitió analizar de primera mano las estrategias proyectuales para incorporar necesidades sensoriales en el proceso creativo, los desafíos éticos y técnicos que enfrenta al diseñar para poblaciones con procesamiento sensorial atípico, y la importancia de metodologías participativas que integren las voces de los usuarios finales en el desarrollo de prendas. Finalmente, el entrevistado 3 fue Alessandro, de 26 años, diagnosticado con trastorno por déficit de atención e hiperactividad, quien representó la perspectiva del usuario fiel; una persona

activa en comunidades online de moda sensorialmente amigable, con más de tres años de búsqueda constante de prendas que respondan a sus necesidades de regulación sensorial y expresión identitaria. Su testimonio permitió explorar la percepción de la comodidad y la autenticidad desde el lado del usuario, así como las estrategias de adaptación y consumo que desarrolla para navegar un mercado textil no diseñado para sus necesidades.

Este perfil tripartito resultó pertinente para la investigación porque permitió triangular el fenómeno de la moda y neurodivergencia desde la experiencia vivida del usuario, la práctica profesional del diseño y la recepción y adaptación cotidiana de las prendas. La participación del usuario neurodivergente facilitó el contraste de las necesidades reales con las soluciones existentes en el mercado, mientras que la intervención de la diseñadora especializada ofreció una visión directa sobre los procesos creativos y las metodologías participativas. La perspectiva del usuario con TDAH, por su parte, enriqueció la comprensión sobre las diferencias en las necesidades sensoriales entre distintas condiciones neurodivergentes y la importancia de la agencia y la autodeterminación en la construcción de una relación positiva con la vestimenta.

4.4. Técnicas e instrumentos

Para la recolección de información se diseñó una guía de entrevista semiestructurada compuesta por preguntas abiertas, la cual permitió explorar en profundidad las percepciones, experiencias y criterios de las personas neurodivergentes respecto a sus vivencias sensoriales con la vestimenta, sus necesidades de diseño inclusivo y los significados identitarios que atribuyen a la ropa en su vida cotidiana. Este instrumento facilitó que los participantes expresaran libremente sus opiniones y narrativas personales, favoreciendo la emergencia de significados subjetivos vinculados a la comodidad táctil, la regulación sensorial y la expresión de su neurodivergencia a

través de la moda. La estructura flexible de la guía permitió adaptar el orden y la profundización de las preguntas según el flujo de cada entrevista, sin perder coherencia con los objetivos de la investigación. De esta manera, la entrevista se constituyó como una técnica idónea para captar dimensiones simbólicas, emocionales y relacionales propias del fenómeno estudiado, permitiendo acceder a conocimientos experienciales que no serían capturables mediante métodos cuantitativos estandarizados.

La guía de entrevista fue sometida a un proceso de validación de contenido, el cual estuvo a cargo de una especialista en investigación cualitativa y diseño inclusivo con experiencia en estudios sobre neurodivergencia. Esta validación se realizó mediante la evaluación de la claridad, pertinencia y coherencia de cada una de las preguntas, así como su alineación con los objetivos y proposiciones del estudio, asegurando que los instrumentos fueran accesibles y respetuosos con las características y necesidades de la población participante. A partir de este proceso, se realizaron ajustes en la redacción y formulación de algunos ítems con el fin de garantizar una comprensión adecuada por parte de los participantes y evitar sesgos o interpretaciones erróneas, particularmente en lo relativo a la descripción de experiencias sensoriales y preferencias textiles. La validación contribuyó a fortalecer el rigor metodológico del instrumento y a asegurar la consistencia interna de la información recolectada, siguiendo las recomendaciones de la literatura especializada sobre investigación participativa con personas neurodivergentes.

Asimismo, se empleó la técnica de observación directa de carácter etnográfico, orientada al análisis de los comportamientos, interacciones y narrativas presentes en comunidades online de personas neurodivergentes que comparten experiencias y recomendaciones sobre moda sensorialmente amigable. Esta observación permitió registrar aspectos como las discusiones sobre texturas, marcas, estrategias de adaptación de prendas y los significados atribuidos a la ropa en foros, grupos de redes sociales y

blogs especializados, complementando la información recolectada en las entrevistas y favoreciendo una comprensión integral del fenómeno desde una perspectiva contextual y situada. Los hallazgos obtenidos mediante esta técnica permitieron identificar patrones comunicativos, necesidades recurrentes y prácticas de adaptación que no siempre son explicitadas en entrevistas individuales, pero que emergen de manera espontánea en la interacción entre pares, consolidándose como un instrumento clave para comprender la dimensión colectiva y comunitaria de la relación entre moda y neurodivergencia.

4.5. Procedimiento

El desarrollo de la investigación cualitativa se estructuró en una secuencia de pasos rigurosos, orientados a la exploración profunda de las experiencias sensoriales, necesidades de diseño inclusivo y significados identitarios de las personas neurodivergentes en relación con la vestimenta. La primera fase se centró en la definición y alineación del marco de estudio, la cual incluyó la delimitación precisa del problema de investigación, la formulación del objetivo general y los objetivos específicos, así como las preguntas y proposiciones de la tesis. A partir de este marco conceptual, se procedió a la elaboración de la guía de entrevista semiestructurada, un instrumento diseñado para recabar información emocional, cognitiva y conductual de los participantes en torno a sus experiencias táctiles, sus preferencias textiles y las barreras que enfrentan en el acceso a una moda sensorialmente adecuada. Este diseño aseguró que la recolección de datos se enfocará en las dimensiones subjetivas y los criterios heurísticos que las personas neurodivergentes aplican para evaluar la idoneidad de una prenda, cumpliendo con el enfoque cualitativo y exploratorio descriptivo adoptado.

La segunda fase se enfocó en la selección, contacto y aplicación de los instrumentos de recolección de datos. Se empleó una muestra intencional y reducida de participantes neurodivergentes, una estrategia adecuada para un diseño cualitativo que buscaba la inmersión profunda en discursos y comportamientos. El proceso comenzó con la definición de los criterios de selección: personas mayores de 18 años con diagnóstico formal o autodientificación como neurodivergentes (autismo, TDAH, dislexia u otras condiciones), con capacidad para comunicar sus experiencias sensoriales y con interés en participar voluntariamente en el estudio. Se contactó a los participantes a través de convocatorias abiertas en comunidades online especializadas en neurodivergencia y moda inclusiva, así como mediante la técnica de bola de nieve, asegurando la diversidad de experiencias y condiciones. Posteriormente, se obtuvo el consentimiento informado de cada participante, explicando claramente los objetivos de la investigación, el carácter confidencial y anónimo de los datos, y su derecho a retirarse en cualquier momento sin ninguna consecuencia. Las entrevistas semiestructuradas a profundidad se llevaron a cabo de manera virtual, utilizando plataformas de videollamada que permitieron la interacción directa y la generación de un ambiente de confianza y comodidad para los participantes.

De manera complementaria, se realizó la observación etnográfica de comunidades online de personas neurodivergentes en plataformas como Reddit, grupos de Facebook y foros especializados en moda sensorialmente amigable. Esta observación, de carácter no participante, permitió el análisis directo de las interacciones, discusiones y recomendaciones entre pares sobre texturas, marcas, estrategias de adaptación de prendas y los significados atribuidos a la ropa. En esta observación, se registraron notas de campo y capturas de pantalla de publicaciones relevantes para identificar patrones comunicativos, necesidades recurrentes y prácticas de adaptación

que complementaran y enriquecieran la información recolectada en las entrevistas, elementos clave que sustentan la construcción de conocimiento colectivo sobre diseño sensorialmente adecuado.

Finalmente, la última fase comprendió el análisis e interpretación de los datos cualitativos recolectados. Los datos obtenidos de las entrevistas fueron sometidos a un proceso de transcripción y organización exhaustiva para preparar el material para su estudio. Posteriormente, se aplicó la codificación temática, que consistió en la identificación sistemática de categorías, patrones y significados recurrentes en los discursos de los participantes, siguiendo los procedimientos establecidos en la literatura para el análisis de datos cualitativos en investigaciones sobre experiencias sensoriales y diseño inclusivo. Este proceso analítico permitió desentrañar cómo los participantes construyen sentido en torno a su relación con la vestimenta, identificando categorías emergentes como "la guerra de las etiquetas", "la tiranía de la tela que no estira", "la moda como herramienta de identidad" y "las estrategias de adaptación en un mercado no inclusivo". La culminación del proceso metodológico fue la redacción de los resultados, donde los hallazgos de la codificación temática se presentaron y se vincularon de manera directa con los objetivos específicos y las proposiciones de la investigación, facilitando una comprensión interpretativa y holística del fenómeno estudiado.

Capítulo V: Resultados

5.1. Hipersensibilidad Táctil y Elementos de Malestar en la Vestimenta

Los participantes manifestaron experiencias recurrentes de malestar sensorial vinculadas a elementos específicos de la indumentaria, siendo las etiquetas el principal desencadenante de incomodidad. La entrevistada 1 señaló que su estrategia habitual es "cortar esas etiquetas porque suelen incomodar", aunque precisó que cuando "las etiquetas son de un material suave, me las puedo dejar". No hay problema, pero si esas etiquetas no tienen un material suave... siento que las tengo que cortar". Esta sensación de rechazo táctil fue confirmada por la segunda participante, quien describió una experiencia ambivalente con las etiquetas: "hay algunas etiquetas que no me causan problema, pero hay otras que sí me causan una picazón, por eso las acomodo, pero por momentos no me molesta, y luego de nuevo vuelve a su posición y me vuelve a molestar". Por su parte, el entrevistado 3 coincidió en que "uno de los que más me genera incomodidad son las etiquetas", explicando que "en muchas ocasiones estas etiquetas se encuentran en la parte interna de la ropa y entran en contacto directo con la piel. Cuando esto sucede, pueden generar una sensación de roce constante que resulta molesta".

Además de las etiquetas, emergieron otras fuentes de malestar relacionadas con texturas y materiales específicos. La entrevistada 1 identificó las telas sintéticas como problemáticas, señalando que "cuando son muy sintéticas... hay una chompa que a veces me la pongo y es que me pica un poco", y describió las texturas desagradables como "rasposas... como de brillitos, a veces, como que tienen lentejuelas, que a veces pica". La segunda participante añadió una dimensión térmica al malestar, indicando que ciertos materiales "están diseñados para cierta tela, por ejemplo, el polo que llevo puesto a pesar de ser corto, el material me da mucho calor". Finalmente, el entrevistado 3

complementó esta perspectiva al relatar una experiencia negativa con un polo que "aparentemente era normal al momento de comprarlo. Sin embargo, cuando lo usé durante varias horas comencé a sentir una sensación incómoda en la piel. Con el tiempo esa incomodidad se convirtió en comezón, lo cual me resultó bastante molesto", lo que lo llevó a "dejar de usar esa prenda" a pesar de que "no tenía nada visualmente extraño".

Figura 1

Ejemplo de cómo el acabado del puño de una casaca puede causar alergia.



Nota: La imagen de referencia fue tomada de Pinterest https://www.pinterest.com/pin/641059328227429038/feedback/?invite_code=1c79695a759e4d0aaf4c9b5242367c60&sender_id=593912407017982681

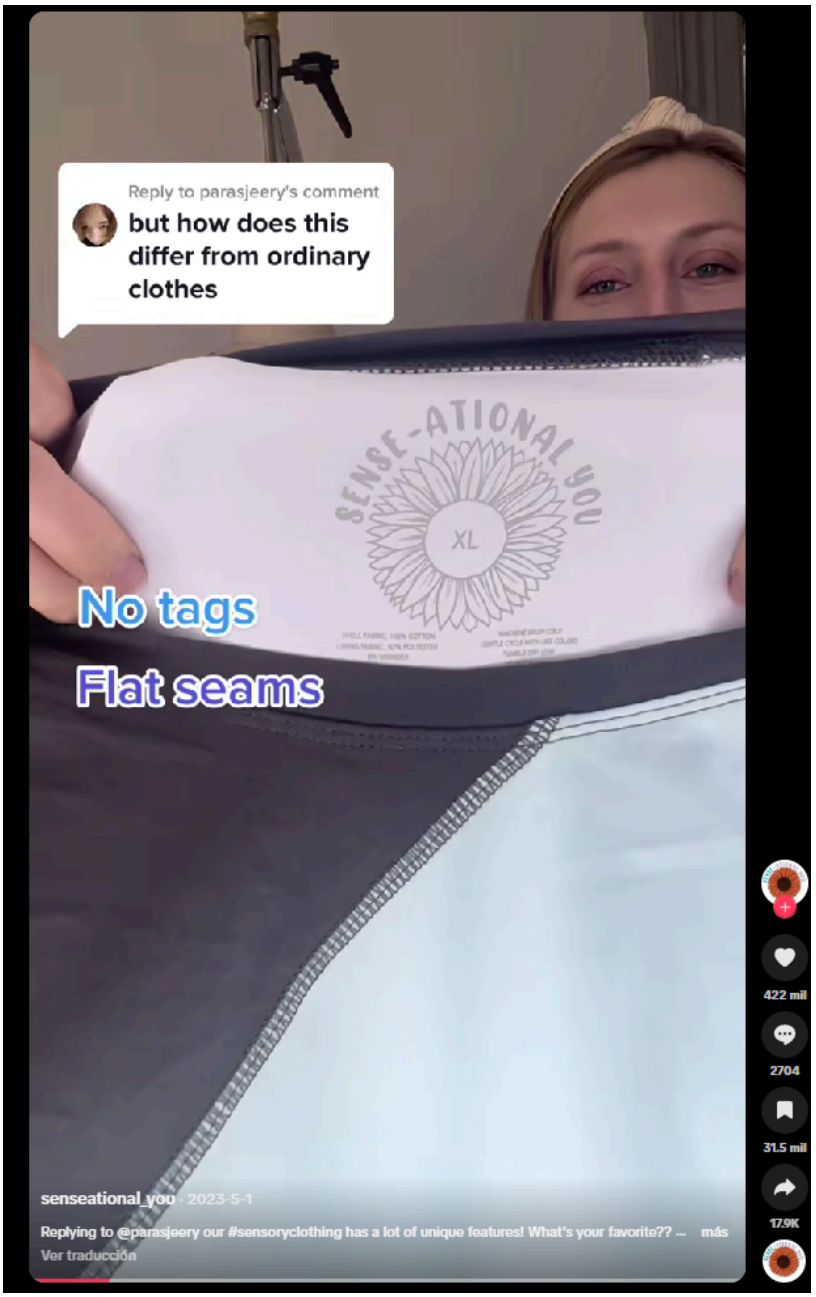
5.2. Preferencias Textiles y Búsqueda de Confort Sensorial

Los participantes manifestaron una marcada preferencia por tejidos naturales, especialmente el algodón, como fuente de bienestar y comodidad en el uso cotidiano. La entrevistada 1 destacó que "el algodón para mí es muy agradable... es el que se siente más suave, y se siente más agradable al tacto", enfatizando que este material le proporciona una experiencia sensorial positiva. Esta preferencia fue compartida por la segunda participante, quien incluyó dentro de sus materiales favoritos "el denim, el jean, el algodón, y creo que también la seda y la tela raso". el entrevistado 3 coincidió plenamente al señalar que "las telas de algodón me parecen bastante cómodas y agradables al contacto con la piel. Este tipo de tejido suele sentirse suave y ligero, lo que genera una sensación de frescura".

La búsqueda de confort se extiende más allá del tipo de tejido hacia las cualidades sensoriales específicas de las prendas. La entrevistada 1 describió su atracción por texturas que ofrecen experiencias sensoriales placenteras y lúdicas: "me gustan las prendas que son suaves, pero también me gustan las prendas que tienen estampados o brillos que son muy bonitos y que los tocas son muy divertidos y suenan muy relajantes". Por su parte, la segunda participante enfatizó la importancia de prendas que no generen calor: "prefiero tener prendas frescas, holgadas y que se acomoden para cualquier tipo de actividad que vaya a realizar". El entrevistado 3 sintetizó esta búsqueda de bienestar al afirmar que "mientras más suave y ligera sea la tela, más agradable me resulta usarla", subrayando que la experiencia sensorial positiva es un factor determinante en la elección de sus prendas cotidianas.

Figura 2

Ejemplo de un perfil de TikTok dedicado a una marca de ropa inclusiva elaborada en algodón y sin etiquetas.



Nota: Imagen obtenida mediante una captura de pantalla del perfil de TikTok, https://www.tiktok.com/@senseational_you/video/7228179769156816170?_r=1&_t=ZS-94aUz3g33m0

5.3. Moda como Herramienta de Expresión Identitaria

La vestimenta emerge como un vehículo fundamental para la construcción y expresión de la identidad personal en todos los participantes. La entrevistada 1 expresó con claridad esta conexión al señalar que "siempre he estado buscando mi estilo desde que era muy joven. He pasado por varias etapas de moda, hasta que finalmente a mis 21 años, he podido encontrar mi propio estilo". Esta búsqueda activa de una estética personal refleja la importancia de la moda como medio de autodefinición.La participante profundizó en esta idea al afirmar que "siempre he sentido que la moda nos ayuda a expresarnos... todo lo que usamos, lo que nos gusta usar, puede hablar sobre nosotros y expresarnos sobre quiénes somos y cómo somos y qué nos gusta y cómo queremos presentarnos al mundo".

Los otros participantes corroboraron esta visión de la moda como extensión de la identidad. La segunda participante vinculó sus elecciones de vestimenta con su bienestar físico y emocional, señalando que "los vestidos me hacen sentir linda, me hacen ser fresca... usar los vestidos me siento cómoda y me imagino con el viento siendo feliz". Esta conexión entre la prenda, la sensación física de comodidad y la proyección de una imagen deseada ilustra la complejidad de la relación entre vestimenta e identidad. El entrevistado 3 ofreció una reflexión más analítica: "considero que la ropa que utilizo puede reflejar ciertos aspectos de quién soy como persona. A través de la vestimenta es posible mostrar gustos, estilos o preferencias personales... la elección de prendas sí comunica algo sobre mi personalidad".

Figura 3

Perfil de TikTok que evidencia cómo la identidad personal puede influir en las emociones y en la autoidentificación, con énfasis en el bienestar y la comodidad.



Nota: Imagen obtenida mediante una captura de pantalla del perfil de TikTok, https://www.tiktok.com/@elila.manriquez/video/7504819803975159045?_r=1&_t=ZS-94aVjQjbsns

5.4. Estrategias de Afrontamiento y Adaptación Textil

Los participantes desarrollan diversas estrategias para mitigar el malestar sensorial y adaptar las prendas a sus necesidades específicas. La estrategia más común y directa es la modificación de las prendas, particularmente la eliminación de etiquetas. La entrevistada 1 describió su procedimiento habitual: "una vez que compro una prenda y ya me la quedo, no la cambio, le cortó esas etiquetas porque suelen incomodar". La segunda participante detalló una experiencia más compleja con las etiquetas, señalando

que las "acomodo, pero por momentos no me molesta, y luego de nuevo vuelve a su posición y me vuelve a molestar", lo que evidencia una lucha constante con estos elementos.

Otra estrategia fundamental es la selección cuidadosa durante el proceso de compra. La entrevistada 1 mencionó que "siempre puedo fijarme bien cuando compro las prendas... me fijo bien que sean bonitas y que sean de buen material y no tengan nada roto". La segunda participante describió su proceso de evaluación: "las prendas que me gustan realmente me las pruebo para ver qué detalles tienen y sobre todo el tema de las etiquetas... que sean prendas frescas, así que no me generen calor". El entrevistado 3 coincidió en la importancia de la evaluación táctil, señalando que "suelo probármelas en los probadores de la tienda. En ese momento puedo evaluar si la prenda me queda bien y si resulta cómoda. También prestó atención al tipo de tela y a cómo se siente sobre la piel".

Figura 4

Ejemplo de un canal de TikTok orientado a la difusión de prendas adaptadas en el ámbito de la moda exclusiva, priorizando la funcionalidad y la practicidad.



Nota: Imagen obtenida mediante una captura de pantalla del perfil de TikTok, https://www.tiktok.com/@somos_lamonda/video/7573413539919121686?_r=1&_t=ZS-94aUptXbrd7

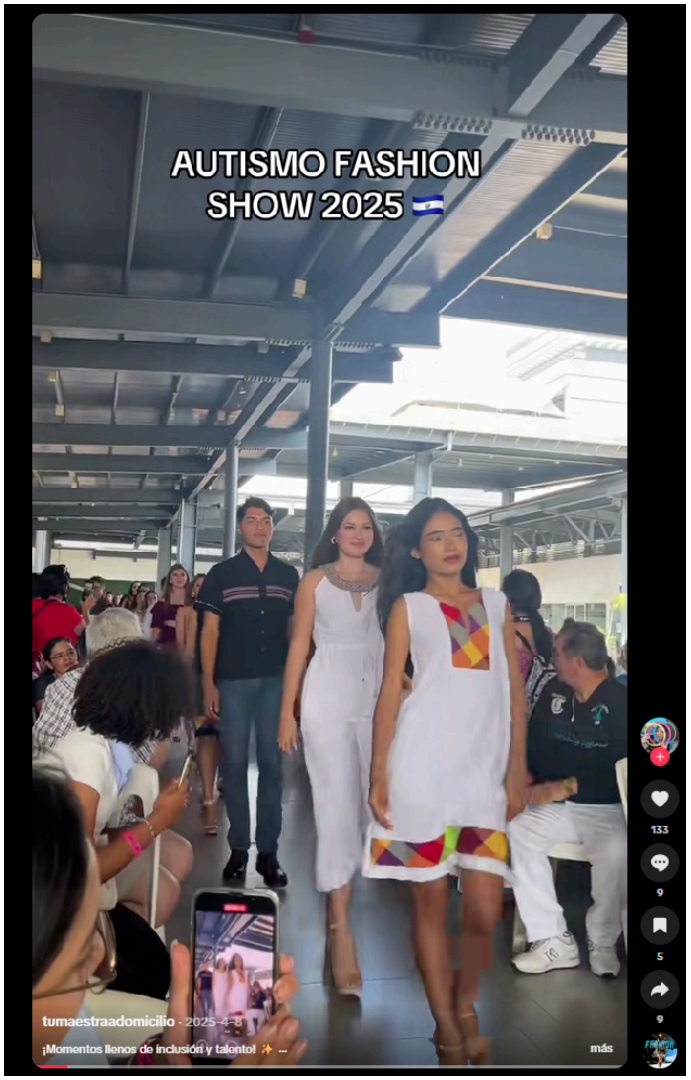
5.5. Demandas de Diseño Inclusivo y Moda Neuroafirmativa

Los participantes articularon demandas claras y específicas dirigidas a la industria textil y del diseño, basadas en sus experiencias sensoriales cotidianas. La entrevistada 1 expresó el deseo de que los diseñadores comprendan que "las personas que somos neurodivergentes... sentimos mucho lo que son las texturas, somos mucho más sensibles a eso", y solicitó que "pudieran pensar un poco en que hay prendas que me pueden incomodar mucho para tratar de trabajar para que ya no sean incómodas". Además, enfatizó la importancia de no renunciar a la estética: "que sean bonitas, que tengan lentejuelas, pero que sean cómodas".

La segunda participante planteó una demanda innovadora relacionada con la orientación de las prendas: "que obviamente como no va a tener etiquetas, que tenga alguna muestra o seña de cuál es la espalda para yo saber ponérmelo correctamente". Esta sugerencia aborda la consecuencia práctica de eliminar las etiquetas sin perder la funcionalidad informativa. el entrevistado 3 ofreció una visión más integral del diseño inclusivo, señalando que "la ropa no solo debe verse bien, sino también sentirse bien al usarla durante largos periodos", y recomendó "reducir elementos que puedan causar molestias, como etiquetas o costuras innecesarias", así como "priorizar la funcionalidad y la practicidad en el diseño".

Figura 5

Ejemplo de una cuenta de TikTok que difunde propuestas de diseño exclusivo mediante desfiles de pasarela.



Nota: Imagen obtenida mediante una captura de pantalla del perfil de TikTok, https://www.tiktok.com/@tumaestraadomicilio/video/7490950569402715397?_r=1&_t=ZS-94aVumnbjjJ

Capítulo VI: Discusión

Los hallazgos de esta investigación confirman y amplían el conocimiento existente sobre la relación entre las personas neurodivergentes y la vestimenta, evidenciando que las experiencias sensoriales atípicas constituyen un eje central en la configuración de sus prácticas de consumo, sus estrategias de adaptación y los significados identitarios que atribuyen a la moda. En coherencia con los estudios de Kyriacou, Forrester-Jones y Triantafyllopoulou (2023), los participantes de este estudio identificaron las etiquetas, las costuras y las texturas sintéticas como los principales desencadenantes de malestar táctil, describiendo sensaciones de picazón, roce constante y sobrecarga sensorial que interfieren en su bienestar cotidiano. Esta persistencia del malestar sensorial a lo largo de la vida adulta, documentada tanto en la literatura previa como en los relatos de los entrevistados, subraya la necesidad de que la industria textil reconozca la dimensión sensorial de la vestimenta no como un aspecto menor, sino como un factor determinante en la calidad de vida de las personas neurodivergentes (Ferrer Knight & Birtles, 2025).

Las preferencias textiles expresadas por los participantes particularmente la valoración del algodón, las telas suaves y los diseños holgados se alinean con los hallazgos de Laverty (2023), quien en sus estudios de armario con 70 participantes neurodivergentes documentó una abrumadora preferencia por fibras naturales y una fuerte aversión a la construcción barata de la moda rápida. Sin embargo, los resultados de esta investigación amplían esta comprensión al revelar que la búsqueda de confort sensorial no implica un rechazo a la estética, sino más bien una demanda de prendas que integren ambas dimensiones. Como señaló una participante, las personas neurodivergentes desean prendas que sean "bonitas, que tengan lentejuelas, pero que sean cómodas", lo que desafía la falsa dicotomía entre funcionalidad y expresión

estética que ha predominado en el diseño de moda adaptada (Thorpe, 2025). Este hallazgo es consistente con las propuestas de diseño participativo de Thorpe (2025), quien demostró que las prendas creadas por y para personas neurodivergentes priorizan texturas, pesos y estímulos táctiles sin sacrificar la expresividad estética, invirtiendo la jerarquía tradicional de la moda convencional que privilegia lo visual sobre lo sensorial.

En cuanto a las estrategias de adaptación, los participantes evidenciaron un conocimiento experiencial profundo sobre sus necesidades textiles, manifestado en prácticas como la eliminación de etiquetas, la compra por repetición de marcas confiables y la evaluación táctil minuciosa durante el proceso de compra. Estas estrategias, documentadas también por Kyriacou, Forrester-Jones y Triantafyllopoulou (2021), revelan que las personas neurodivergentes no son consumidores pasivos, sino agentes activos que desarrollan sofisticados mecanismos para navegar un mercado textil que no considera sus necesidades. No obstante, este conocimiento experto emerge como respuesta a una oferta comercial que, como señala Chambers (2024), ha priorizado el diseño para discapacidades físicas y para población infantil, dejando un vacío crítico en la comprensión de las necesidades de adultos neurodivergentes, particularmente aquellos con TDAH u otras condiciones que requieren consideraciones de diseño específicas.

La dimensión identitaria de la vestimenta emergió con particular fuerza en los relatos de los participantes, quienes conciben la moda como un vehículo para expresar quiénes son y cómo desean ser percibidos en el mundo. Este hallazgo se alinea con las investigaciones de Ferrer Knight y Birtles (2025), quienes encontraron que la ropa posee un "valor emocional" para las personas autistas, actuando no solo como fuente de comodidad sino también como herramienta de afirmación personal. Sin embargo, la tensión entre la necesidad de comodidad sensorial y el deseo de expresión estética

documentada en los testimonios de participantes que han debido renunciar a prendas visualmente atractivas por resultarles físicamente insoportables evidencia una brecha significativa en la oferta comercial actual. Esta tensión refleja lo que Laverty (2024) describe como la aspiración de las personas neurodivergentes a experiencias emocionales universales como "sentirse libres", "ser ellos mismos" o "poder bailar como niños", aspiraciones que el diseño convencional aún no logra integrar.

Finalmente, las demandas de diseño inclusivo formuladas por los participantes que incluyen desde la eliminación de elementos aversivos hasta la incorporación de señales táctiles que orienten el uso correcto de las prendas constituyen un llamado explícito a la industria para adoptar metodologías de codiseño y diseño participativo. Como ha demostrado Chambers (2024) en su proceso de diseño informado por TDAH, la incorporación de las voces de las personas neurodivergentes en todas las etapas del proceso creativo no solo garantiza que las prendas respondan a necesidades reales, sino que también promueve la agencia y la autodeterminación de este colectivo. En esta misma línea, Thorpe (2025) argumenta que el diseño con los sentidos y no solo para la vista constituye un cambio de paradigma que sitúa la experiencia encarnada en el centro del proceso creativo. Los resultados de esta investigación respaldan esta visión, evidenciando que una moda verdaderamente inclusiva debe trascender el enfoque meramente adaptativo o clínico para convertirse en un espacio de afirmación neurodivergente, donde la comodidad sensorial y la expresión identitaria no sean términos antagónicos sino dimensiones complementarias de una misma experiencia: la de habitar el propio cuerpo con dignidad, agencia y estilo a través de la ropa.

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

Como respuesta al objetivo general, se concluye que las personas neurodivergentes experimentan la vestimenta como un territorio donde la dimensión sensorial, las necesidades de diseño inclusivo y la expresión identitaria se entrelazan de manera indisoluble, configurando una relación con la moda que trasciende la mera funcionalidad para convertirse en un medio de bienestar y afirmación personal. La investigación evidencia que la comodidad táctil, la libertad de movimiento y la posibilidad de expresar la identidad a través de la ropa no son demandas aisladas, sino dimensiones complementarias que las personas neurodivergentes buscan integrar armónicamente en su vestimenta cotidiana, desafiando la falsa dicotomía entre funcionalidad y estética que ha predominado en el diseño de moda adaptada convencional.

Como respuesta a los objetivos específicos se indica lo siguiente: en primer lugar, la investigación permite concluir que las principales barreras sensoriales que enfrentan las personas neurodivergentes en su interacción con la ropa están constituidas por elementos de diseño normalizados por la industria como etiquetas, costuras y texturas sintéticas que generan malestar táctil persistente, manifestado en sensaciones de picazón, roce constante y sobrecarga sensorial que interfieren significativamente en su bienestar cotidiano y autonomía.

En segundo lugar, respecto a las preferencias de diseño y características textiles, se identificó que las personas neurodivergentes valoran profundamente las fibras naturales como el algodón y los diseños holgados que facilitan la libertad de movimiento, aunque el hallazgo más significativo fue que la búsqueda de confort sensorial no implica un rechazo a la estética, sino una demanda explícita de prendas que

integren ambas dimensiones, expresada en el anhelo de prendas "bonitas, que tengan lentejuelas, pero que sean cómodas", lo que desafía las concepciones reduccionistas de la moda adaptada.

En tercer lugar, el estudio demuestra que la vestimenta constituye para las personas neurodivergentes un vehículo fundamental de expresión identitaria, actuando como un medio para comunicar quiénes son y cómo desean ser percibidos en el mundo. Sin embargo, se concluye que persiste una tensión crítica entre la necesidad de comodidad sensorial y el deseo de expresión estética, evidenciando una brecha significativa en la oferta comercial actual que con frecuencia obliga a este colectivo a elegir entre prendas sensorialmente adecuadas pero estéticamente insatisfactorias, o prendas visualmente atractivas pero físicamente insoportables.

Finalmente, en cuanto a las estrategias de adaptación, se concluye que las personas neurodivergentes no son consumidores pasivos sino agentes activos que desarrollan un conocimiento experiencial profundo sobre sus necesidades textiles, manifestado en prácticas como la eliminación de etiquetas, la compra por repetición de marcas confiables y la participación en comunidades online de recomendación entre pares. Este saber experto, sin embargo, emerge como respuesta a un mercado que las excluye, lo que subraya la urgencia de adoptar metodologías de codiseño y diseño participativo que incorporen sus voces en todas las etapas del proceso creativo, garantizando que las prendas respondan genuinamente a sus necesidades y promuevan su agencia y autodeterminación en el ecosistema de la moda contemporánea.

7.2. Recomendaciones para futuras investigaciones

A partir de los hallazgos y conclusiones de esta investigación, se formulan las siguientes recomendaciones dirigidas a la industria textil, a los diseñadores de moda y a los profesionales del sector creativo. En primer lugar, se recomienda a las marcas y diseñadores adoptar un enfoque de diseño neuroafirmativo que reconozca las experiencias sensoriales atípicas no como déficits a compensar, sino como diferencias humanas válidas que merecen ser respetadas y acomodadas a través de prendas que integren armónicamente comodidad táctil, funcionalidad y expresión estética. Esto implica priorizar el uso de fibras naturales como el algodón, eliminar elementos aversivos como etiquetas y costuras innecesarias, y desarrollar sistemas de cierre y ajustes que permitan la personalización de la presión y el contacto con la piel. Asimismo, se sugiere incorporar señales táctiles o visuales discretas que orienten el uso correcto de las prendas como indicadores de la parte delantera o trasera para compensar la eliminación de etiquetas sin sacrificar la funcionalidad informativa. Estas acciones no solo responderían a las necesidades sensoriales de las personas neurodivergentes, sino que mejorarían la experiencia de uso para un espectro más amplio de consumidores, promoviendo una moda verdaderamente inclusiva y centrada en el bienestar del usuario.

En segundo lugar, se recomienda encarecidamente la adopción de metodologías de codiseño y diseño participativo que incorporen activamente las voces de las personas neurodivergentes en todas las etapas del proceso creativo, desde la conceptualización hasta la validación de prototipos. Tal como evidencian los hallazgos, las personas neurodivergentes poseen un conocimiento experiencial profundo sobre sus necesidades textiles que no puede ser suplido por aproximaciones puramente técnicas o estéticas. La implementación de talleres de codiseño, estudios de armario participativos y paneles asesores conformados por personas neurodivergentes permitiría garantizar que las

prendas desarrolladas respondan genuinamente a sus necesidades y aspiraciones, promoviendo su agencia y autodeterminación en el ecosistema de la moda. Para las investigaciones futuras, se sugiere profundizar en el estudio comparativo de las necesidades sensoriales entre distintas condiciones neurodivergentes autismo, TDAH, dislexia así como explorar las implicancias del diseño inclusivo en la salud mental y la calidad de vida de este colectivo. También sería valioso investigar modelos de negocio sostenibles que integren la producción de prendas sensorialmente adecuadas con criterios de justicia social y sostenibilidad ambiental, contribuyendo así a una transformación profunda y duradera de la industria textil.

Referencias

Chambers, S. T.-L. (2024). Symbiosis: A holistic and ADHD-informed fashion design process [Tesis de maestría, Massey University]. Massey Research Online. https://mro.massey.ac.nz/items/17b7ef34-5f73-4e99-9136-cf5e0906500f

Chávez Dávalos, M. B., & Escobar Guanoluisa, T. E. (2024). Formas de representación inclusiva de los sistemas vestimentarios en la ilustración de moda para variabilidades corporales: síndrome de Down y síndrome de Turner. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, (236), 205–216. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9884071

Chinchay, Y., Gomez, J., & Montoro, G. (2024). Unlocking inclusive education: A quality assessment of software design in applications for children with autism. Journal of Systems and Software, 217, 112164. https://doi.org/10.1016/j.jss.2024.112164

Chinchay, Y., Torrado, J. C., Gomez, J., & Montoro, G. (2024). Towards more supportive ICT for children with autism spectrum disorders: Lessons learned from COVID-19 pandemic. Behaviour & Information Technology, 43(12), 3027–3046. https://doi.org/10.1080/0144929X.2023.2268734

CozyIno [@cozyino]. (s. f.). Tagless, seamless, therapist-approved sensory clothing [Perfil de Instagram]. Instagram. Recuperado el 20 de marzo de 2026, de https://www.instagram.com/cozyino/

Cunningham, S. (2024). Dress, gender, and neurodivergence: Intersecting identities in fashion. Gender, Place & Culture. Publicación anticipada en línea. https://ucalgary.scholaris.ca/items/7797b498-6846-4d81-a730-abe043578bf8

Dalmau Guevara, R., & Espinoza León, L. (2025). La imagen de marca y la intención de compra en consumidores expuestos a publicidad inclusiva en Lima, 2024 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional UPN. https://repositorio.upn.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/d7bd9a7d-ccbb-47be-aa0d-19f303b8e0d9/content

Entwistle, J. (2000). The fashioned body: Fashion, dress and modern social theory. Polity Press. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=b82_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=Entwistle,+J.+(2000).+The+fashioned+body:+Fashion,+dress+and+modern+social+theory.+Polity+Press.&ots=IsIOCgRVHy&sig=-LyjjbBHKd3hDOj1zvpH2PVfGjQ&redir_esc=y#v=onepage&q=Entwistle%2C%20J.%20(2000).%20The%20fashioned%20body%3A%20Fashion%2C%20dress%20and%20modern%20social%20theory.%20Polity%20Press.&f=false

Ferrer Knight, A., & Birtles, D. (2025). 'I feel trapped in my safe clothes': The impact of tactile hyper-sensitivity on autistic adults. Autism: The International Journal of Research and Practice, 29(11), 2727–2740. https://doi.org/10.1177/13623613251366882

Godinho, S. de S. (2017). La inclusión de las personas con discapacidad en el ámbito de la moda. En XII Jornadas de Sociología. Universidad de Buenos Aires. https://repository.usergioarboleda.edu.co/handle/11232/1005

Godinho, S. de S. (2019). Indumentaria y discapacidad: un análisis sobre el vestir inclusivo. Pontificia Universidad Católica Argentina. https://www.researchgate.net/publication/33577706

Gómez Alemany, P. (2025). Diseño de un producto de asistencia que facilite la tarea de vestirse a personas sin extremidades superiores [Trabajo académico]. https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2025&q=G%C3%B3mez+Alemany,+P.+(2025).+Dise%C3%B1o+de+un+producto+de+asistencia+que+facilite+la+tarea+de+vestirse+a+personas+sin+extremidades+superiores.&hl=es&as_sdt=0,5

Gómez Otero, G. (2022). Vestir la diversidad. El impacto de la moda inclusiva en la sociedad [Trabajo de fin de grado, Universidad de León]. Buleria. https://buleria.unileon.es/handle/10612/22493

Gutierrez Cordova, A. P. (2023). Belleza sin límites: análisis de la publicidad inclusiva de mujeres con acondroplasia en Perú [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/667509

Hemphill, L. (2022). Neurodivergent aesthetics: A qualitative study on dressing for the self. Goldsmiths, University of London. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=wvGZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP7&dq=Hemphill,+L.+(2022).+Neurodivergent+Aesthetics:+A+Qualitative+Study+on+Dressing+for+the+Self.+Goldsmiths,+University+of+London.&ots=wcFvAgGbtF&sig=9koMGe2cSX4fa2C0edoCWSv-rzE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Jerez, L., & Roció, G. (2024). Diseño y confección de prendas deportivas para personas con Acondroplasia. Polo del Conocimiento, 9(12), 56-78. https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/10680

Jiang, M., Nanjappan, V., Ten Bhömer, M., & Liang, H. N. (2021). On the use of movement-based interaction with smart textiles for emotion regulation. Sensors, 21(3), 990. https://doi.org/10.3390/s21030990

Jones, R., & Lane, A. (2021). Sensory sensitivities and clothing discomfort in individuals with autism spectrum disorder. Journal of Autism and Developmental Disorders. Publicación anticipada en línea. https://doi.org/10.1007/s10803-021-05140-3

June Adaptive. (2024). Embracing neurodiversity in kids with inclusive fashion [Blog]. Recuperado el 20 de marzo de 2026, de https://www.proquest.com/openview/73c48c4d3751ef38ff33b7cbf6bfc1ee/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y

Kim, J., & Kim, S. (2021). Sensory-friendly clothing design for Korean children with ASD. Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14606925.2025.2461927

Kim, J., & Lee, Y. (2025). Neurodiversity cloth: A new language for personal space [Proyecto de diseño]. World Brand Design Society. https://worldbranddesign.com/kim-juhee-and-lee-yujin-present-the-neurodiversity-cloth-as-a-new-language-for-personal-space/

Kyriacou, C., Forrester-Jones, R., & Triantafyllopoulou, P. (2021). Clothes, sensory experiences and autism: Is wearing the right fabric important? Journal of Autism and Developmental Disorders, 53(4), 1495–1508. https://doi.org/10.1007/s10803-021-05140-3

Kyriacou, C., Forrester-Jones, R., & Triantafyllopoulou, P. (2023). Sensory experiences of clothing and tactile sensitivity in autistic adults. Frontiers in Psychiatry, 14, 1077542. https://doi.org/10.3389/fpsyt.2023.1077542

Laverty, C., et al. (2025). Sensory clothing and participation outcomes in neurodivergent children. Journal of Autism and Developmental Disorders. Publicación anticipada en línea. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/41055462/

Laverty, M. S. (2023). Sensory nourishment: Consciously crafting sensations within fashion practices to support diverse sensory needs. En CA²RE Conference Proceedings. https://glasgow.ca2re.eu/submissions/laverty-sensory-nourishment

Laverty, M. S. (2024). Unravelling neurodivergent sensory experiences with clothing. Clothing Research Blog. Oslo Metropolitan University. https://clothingresearch.oslomet.no/category/ukategorisert/page/2/

Li, M., Zhao, L., & Srinivas, S. (2023). It is about inclusion! Mining online reviews to understand the needs of adaptive clothing customers. International Journal of Consumer Studies, 47(3), 1157–1172. https://doi.org/10.1111/ijcs.12948

Martínez-Estrella, E. C., Mayorga Escalada, S., & Bonales-Daimiel, G. (2023). Estrategias de inclusión en la moda deportiva: evaluación de las marcas Nike y Adidas en Instagram. Pensar la Publicidad, 17(2), 83–93. https://doi.org/10.5209/pepu.99203

Miller, L. J., Schoen, S. A., & Nielsen, D. M. (2022). Sensory processing differences in neurodevelopmental conditions and their impact on daily functioning. Frontiers in Integrative Neuroscience, 16, 9192327. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9192327/

My Patient Advice. (2025). Why do textures feel more intense with ADHD? https://www.mdpi.com/2673-8945/5/4/85

Núñez Moreno, M., & Benítez Padilla, L. (2025). Diseño inclusivo y diversidad en el vestir: perspectivas contemporáneas del diseño de indumentaria. Revista Código Científico, 6(1). http://revistacodigocientifico.itslosandes.net/index.php/1/article/view/1249

O'Sullivan, S. (2024). Material care: Sensory materiality in the neurodivergent experience. Art & Design Review, 12(3), 45-62. https://openresearch.ocadu.ca/id/eprint/4807/

Pizarro, M., Saffery, K., & Gajardo, P. (2022). Trastorno del procesamiento sensorial. Una mirada conjunta desde la terapia ocupacional y la otorrinolaringología. Revista de Otorrinolaringología y Cirugía de Cabeza y Cuello, 82(1), 114-124. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-48162022000100114&script=sci_arttext

Rinaldi, C. (2025). Oltre il canone. Manifesto della moda inclusiva [Reseña del libro]. ZoneModa Journal, 15(2), 129–131. https://doi.org/10.60923/issn.2611-0563/22975

Rodríguez, L. D. P., Merchán, A. P. P., & Pinzón, J. J. P. (2023). ¿Es la industria de la moda realmente inclusiva y diversa? [Trabajo de grado, Universidad ECCI]. Repositorio Institucional ECCI. https://repositorio.ecci.edu.co/server/api/core/bitstreams/c0ab74dc-c846-480b-8445-234e2366d7b0/content

Soares, D. A. G., & Lima, A. C. C. C. (2024). Pacientes con trastorno del procesamiento sensorial en un hospital pediátrico terciario: identificación de los factores desencadenantes del malestar. Revista del Instituto de Pediatría Hospitalaria, 21(1), 8-15.

https://iph.org.br/wp-content/uploads/2024/12/241216_revista_IPH_21_01-espanol.pdf#page=8

Thorpe, B. (2025). Sensory repair: Crafting inclusion through designing with the senses. Fashion Highlight, 3(1), 45–62. https://riviste.fupress.net/index.php/fh/article/view/3112

Torres Castaño, D. C. (2025). The masking of autism in adult women: Exploring the impact of ableism on late diagnosis from the neurodiversity paradigm [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. Repositorio Institucional UNAD. https://repository.unad.edu.co/handle/10596/77750

Urban, L. (2023). Ternura disidente: Desarrollo de una vertiente de diseño y su aplicación [Trabajo de fin de máster, Universitat Oberta de Catalunya]. O2, repositori institucional. https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/b9617f65-19c2-4977-a056-9bfc1527492f/content

Wang, H. (2025). 3D printing for seamless comfort: Eliminating tactile triggers in fashion. Additive Manufacturing Journal. Publicación anticipada en línea. https://www.nature.com/articles/s41528-025-00398-4

Anexos

Anexo 1: Guía de Entrevista

Usted ha sido invitado(a) a participar en la investigación titulada "La Dimensión Sensorial del Vestir: Estudio Cualitativo sobre las Necesidades de Diseño Inclusivo, Experiencias de Moda y Expresión de Identidad en Personas Neurodivergentes a nivel Nacional". El presente instrumento forma parte de un estudio que busca comprender cómo las personas neurodivergentes experimentan la vestimenta en su vida cotidiana, identificando las barreras sensoriales que enfrentan, las características de diseño que les generan bienestar y los significados identitarios que atribuyen a la ropa. Su participación es completamente voluntaria, anónima y puede decidir no continuar en cualquier momento sin ningún inconveniente. Los resultados serán analizados de manera conjunta, garantizando la protección de su identidad mediante el uso de seudónimos. Al responder esta entrevista, usted declara haber sido informado(a) sobre los objetivos del estudio y acepta participar de forma libre, consciente e informada. Se solicita responder con profundidad, extendiéndose aproximadamente entre 8 a 10 líneas por pregunta, para poder comprender de manera genuina sus experiencias y percepciones en torno a la dimensión sensorial del vestir.

¿Cómo describirías, en términos generales, tu relación con la ropa en tu día a día?

Por favor, relata una experiencia reciente, ya sea positiva o negativa, que hayas tenido con alguna prenda de vestir.

Cuando piensas en la sensación de la ropa sobre tu piel, ¿qué texturas, tejidos o tipos de prendas te resultan especialmente agradables o desagradables? Por favor, describe esa sensación con el mayor detalle posible.

¿Hay algún elemento específico de la ropa (etiquetas, costuras, botones, cremalleras, capuchas, puños, etc.) que te genere una respuesta inmediata de bienestar o de rechazo? ¿Cuáles y por qué?

¿De qué manera la elección de tu vestimenta por la mañana afecta tu estado de ánimo, tus niveles de energía o tu ansiedad a lo largo del día?

¿Has tenido alguna vez que dejar de usar una prenda que te gustaba estéticamente porque te resultaba físicamente insoportable? Por el contrario, ¿has encontrado alguna prenda que te encante precisamente por cómo te hace sentir? Por favor, comparte ejemplos.

Describe tu proceso típico de compra de ropa. ¿Has desarrollado alguna estrategia específica (comprar siempre las mismas marcas o modelos, tocar todas las prendas antes de probártelas, ir acompañado, preferir la compra online, etc.)?

Si pudieras diseñar o modificar una prenda para que se adaptara perfectamente a tus necesidades sensoriales, ¿qué características específicas tendría? (piensa en tejidos, cortes, cierres, ausencia de ciertos elementos, etc.)

¿Sientes que la ropa que usas o aquella que no puedes usar dice algo sobre quién eres y sobre tu identidad? ¿Dirías que la vestimenta te ayuda a expresarte o, por el contrario, sientes que a veces te impone limitaciones?

Para finalizar, si la industria textil o del diseño pudiera entender una sola cosa sobre lo que significa ser una persona neurodivergente y vestirse cada día, ¿qué te gustaría que supiera?