

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual

Diseño de infografía ilustrada sobre la menstruación para
niñas en la etapa de la pubertad

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Licenciado(a) en Diseño Gráfico

Presentado por:

Emily Isabel Lima Arcos

Juan José Aldaz Gómez

GUAYAQUIL – ECUADOR

Año: 2023

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, me(nos) corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *(nombre de los participantes)* y doy(damos) mi(nuestro) consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”



Autor 1

Isabel Lima Arcos



Autor 2

Juan Aldaz

EVALUADOR

María de Lourdes Pilay García
PROFESOR / TUTOR DE LA MATERIA

Resumen

La menstruación afecta a 50% de la población, a pesar de ser un proceso natural de la mujer, existe un estigma social que impide la comunicación abierta y segura del tema, lo que se evidencia en la poca cultura y educación adecuada que tenemos sobre este. Asimismo, la ausencia de información y recursos accesibles sobre la menstruación crea incertidumbre y vergüenza en niñas y adolescentes que pasan por este cambio en sus vidas. Esta falta de acceso puede llevar a lo que llamamos “pobreza menstrual”, afectando a niñas de bajos recursos, incluso impactando su capacidad de asistir a las instituciones educativas.

El objetivo de este proyecto es la difusión y concientización sobre la educación menstrual, a través del diseño de una infografía llamada “Una Guía sin Reglas” y un kit de menstruación, que aborda aspectos biológicos, sociales y culturales de la menstruación. Para la propuesta se utilizaron métodos de investigación como la metodología de diseño de Bernard Löbach y design thinking. Se recopiló, categorizó y presentó la información de una forma atractiva para el grupo objetivo que comprende niñas en la etapa de pubertad. Así también, la validación del proyecto fue realizada mediante encuestas y entrevistas a profesionales de diseño, expertos en derechos femeninos y profesionales de la salud, para llegar a una solución óptima y acertada. El diseño final fue presentado a un grupo focal, obteniendo una aceptación favorable de los resultados logrados.

Como conclusión, es importante crear nuevas líneas de comunicación sobre temas sensibles pero fundamentales para la vida cotidiana de la mujer, junto a los recursos necesarios y accesibles, resultando en una menstruación digna para todas.

Palabras claves: infografía, menstruación digna, mujeres, pobreza menstrual.

Abstract

Menstruation affects 50% of the population, but despite being a natural process for women, there is a lack of proper education, resulting in a stigma that hinders an open and safe communication on the topic. The absence of proper information and accessible resources about menstruation creates uncertainty and shame in girls and adolescents going through this change in their lives. This lack of access can lead to period poverty, affecting girls from low-income backgrounds and even impacting their ability to attend school.

The main goal of this project is to raise awareness about menstrual education through the design of an infographic called "A Guide Without Rules" and its derivatives, addressing biological, social, and cultural aspects of menstruation. The proposal is carried out using research methods such as Bernard Löbach's design methodology and design thinking. The necessary information is gathered, categorized, and presented in an engaging way for the target group, which is pubescent girls in Ecuador. The project's validation is done through surveys and interviews with design professionals, women's rights advocates, and healthcare professionals to arrive at an optimal and successful solution. Likewise, the final design is presented to a focus group, obtaining favorable acceptance, and achieving the desired results.

In conclusion, it is important to create new lines of communication on sensitive but fundamental topics for women's daily lives, along with the necessary and accessible resources, resulting in dignified menstruation for all.

Keywords: infoguide, dignified menstruation, women, period poverty.

ÍNDICE GENERAL

EVALUADOR.....	III
ÍNDICE GENERAL.....	III
ABREVIATURAS.....	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
CAPÍTULO 1	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Definición de la propuesta / problema	2
1.3 Objetivos	3
1.4 Justificación del proyecto	3
1.5 Grupo objetivo / beneficiarios.....	4
CAPÍTULO 2.....	5
2.1 Conocimiento general sobre la menstruación	5
2.1.1 Estigmas y aspectos socioculturales sobre la menstruación	6
2.1.2 Estado de la menstruación en Ecuador	7
2.1.3 Políticas sobre gestión y educación menstrual	8
2.2 Paradigmas de la menstruación.....	10
2.2.1 Menstruación como proceso biológico.....	11
2.2.2 Impacto emocional de la menstruación en las niñas y adolescentes ..	12
2.2.3. Consecuencias de la deficiencia de gestión menstrual	12

2.3	Campañas de comunicación y proyectos sobre educación menstrual	13
CAPÍTULO 3		20
3.1	Antropología visual	20
3.2	Casos de estudio	20
3.3	Design Thinking	21
3.4	Metodología de diseño de Bernard Löbach	21
3.4.1	Análisis del problema (Fase 1)	22
3.4.2	Solución al problema (Fase 2)	25
3.4.3	Valoración de soluciones (Fase 3)	26
3.4.4	Realización de las soluciones (Fase 4)	26
CAPÍTULO 4		27
4.1	Análisis de resultados	27
	Brainstorming	29
	Moodboard	30
	Coolboard	32
4.2	Aspectos conceptuales	35
4.3	Aspectos técnicos	35
4.4	Aspectos estéticos	37
4.5	Presupuesto	42
4.6	Aspectos comunicacionales	44
CAPÍTULO 5		45

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45
5.1. Conclusiones.....	45
5.2. Recomendaciones.....	46
Bibliografía	48

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
ILIA	Instituto Latinoamericano de Investigación en Artes
ONU	Organización de las Naciones Unidas
UNFPA	Fondo de Población de las Naciones Unidas
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNICEF	United Nations Children's Fund

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig.1 Imagen “Pasillo de higiene femenina en Mi Comisariato”	8
Fig.2 Gráfico “La gestión menstrual sin impuestos en el mundo”	9
Fig.3 Imagen “Portada de Las Manchas”	17
Fig.4 Imagen “Portada y Contraportada de ¡Hola Menstruación!”	18
Fig. 5 Esquema “Metodología de diseño de B. Lobäch”	22
Fig. 6 Imagen “Perfil persona 1”	24
Fig. 7 Imagen “Perfil persona 2”	24
Fig. 8 Imagen “Resultados de la pregunta 4”	27
Fig. 9 Imagen “Resultados de la pregunta 5”	28
Fig. 10 Imagen “Resultados de la pregunta 8”	28
Fig. 11 Imagen “Resultados de la pregunta 9”	29
Fig. 12 Imagen “Brainstorming”	30
Fig. 14 Imagen “Moodboard 1”	31
Fig. 16 Imagen “Coolboard”	32
Fig. 17 Imagen “Bocetos”	34
Fig. 18 Imagen “Colores”	38
Fig. 19 Imagen “Tipografías”	39
Fig. 20 Imagen “Página de Stickers”	39

Fig. 21 Imagen “Página de Stickers”	40
Fig. 22 Imagen “Patrones”	41
Fig. 23 Imagen “Kit de menstruación”	41
Fig. 24 Imagen “Empaque secundario”	42
Fig. 25 Imagen “Redes sociales”	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Casos de estudio.....	21
Tabla 2 Pauta de Observación Netnográfica, no participativa.....	32
Tabla 3 Pauta de Observación Netnográfica, no participativa.....	33
Tabla 4 “Presupuesto de creación de guía”	43
Tabla 5 “Presupuesto de producción de guía”.....	43
Tabla 6 “Presupuesto de creación de packaging”	43
Tabla 7 “Presupuesto de producción de packaging”	44

CAPÍTULO 1

1.1 Introducción

La menstruación es un proceso natural que atraviesan la gran mayoría de las mujeres en algún punto de sus vidas, a pesar de esto, se habla muy poco del tema y se lo llama por otro nombre. Lo más común es escuchar términos como “la regla”, “Andrés” o “Estoy enferma”. La concepción más común en la sociedad ecuatoriana sobre la menstruación es que cuando esta ocurre la niña se convierte en mujer sin mayor conocimiento de lo que verdaderamente significa ser una persona menstruante. (Erazo, 2022)

La integrante del comité de jóvenes de U-Report (plataforma de participación de UNICEF para jóvenes y adolescentes), Nohelia Rivas, presentó en junio del 2022 los resultados de la encuesta “Hablemos de Gestión Menstrual” a la Comisión de Salud de la Asamblea Nacional. La encuesta presenta los resultados de más de 3600 adolescentes y jóvenes de 23 provincias, donde más de la mitad de los encuestados expresan la ausencia de clases o talleres sobre el tema de la menstruación en sus instituciones académicas.

Asimismo, Nohelia expresa la importancia de concientizar y sensibilizar el tema de la salud y educación menstrual, con el objetivo de disminuir en lo posible el estigma que existe sobre la menstruación en el Ecuador. La mayoría de las participantes en la encuesta expresaron la vergüenza, miedo y confusión que sintieron cuando les llegó la regla por primera vez. (Arboleda, 2022)

Conjuntamente, Plan International Ecuador presenta el término “pobreza menstrual”, definido como la falta de acceso a productos sanitarios femeninos, educación y talleres sobre la salud menstrual y la infraestructura necesaria para su gestión. Rossana Viteri, directora de Plan International Ecuador expresa la relación que existe entre la pobreza menstrual y la pobreza económica comentando “Las desigualdades sociales que existen

en el país provocan que muchas niñas y adolescentes que no cuentan con los recursos necesarios gestionen su menstruación con métodos no adecuados o, incluso peor, no puedan gestionarla y su vida se vea afectada, por ejemplo, dejando de asistir a la escuela.”

Por ejemplo, en Ecuador se calcula que las mujeres gastan anualmente un promedio de 42 dólares o el 9% del sueldo básico (450 dólares), lo cual es un gasto significativo para la población de recursos bajos. De igual modo, su educación puede ser afectada, como se muestra en una investigación por parte de Plan International en Uganda e Indonesia donde las estudiantes pueden perder hasta 24 días de clases al año por causa de temas relacionados con la menstruación, con casos similares en nuestro país. (Córdova, 2021)

Como conclusión, se busca la conceptualización de una guía ilustrada sobre la educación menstrual, cambios de la pubertad y aligerar el estigma que existe sobre el tema en los hogares e instituciones académicas del país.

1.2 Definición de la propuesta / problema

En Ecuador existen aproximadamente 18,461,890 personas, el 49.9% son mujeres, es decir que la menstruación es parte de casi el 50% de toda la población ecuatoriana. A pesar de los diversos intentos de movimientos feministas y organizaciones sin fines de lucro la menstruación continúa siendo un tema desconocido entre las niñas. (Countrymeters, s/f).

Se estima que por lo menos 4 millones de mujeres en el Ecuador no tienen una menstruación digna y viven con incertidumbre, ya sea por motivos económicos o por falta de información. Es importante que las niñas se eduquen sobre la menstruación, ya que es un proceso natural que no debe ser motivo de vergüenza ni discriminación. (Loaiza, 2021).

1.3 Objetivos

Objetivo General

Concientizar sobre la educación menstrual, a través de una infoguía para la preparación emocional y física de niñas en la etapa de la pubertad.

Objetivos Específicos

- Sintetizar información sobre la educación menstrual inicial que permita la identificación de elementos relevantes, mediante entrevistas a especialistas para la socialización de niñas en etapa adolescentes.
- Categorizar la información educativa menstrual inicial desde el punto de vista biológico, social y cultural para el desarrollo de contenidos relacionables con el grupo objetivo
- Elaborar una guía ilustrada con información útil sobre la menstruación y sus efectos en el cuerpo que contribuya a la gestión menstrual adecuada y digna mediante un lenguaje gráfico llamativo y relevante para el grupo objetivo.

1.4 Justificación del proyecto

La Constitución del Ecuador en el Art. 70 indica: “El Estado formulará y ejecutará políticas para alcanzar la igualdad entre mujeres y hombres, a través del mecanismo especializado de acuerdo con la ley, e incorporará el enfoque de género en planes y programas, y brindará asistencia técnica para su obligatoria aplicación en el sector público.”, formando el camino a programas y talleres para la adecuada enseñanza de los procesos biológicos que suceden en la etapa de la pubertad. (Ministerio de Defensa Nacional del Ecuador, 2021)

El estigma que existe sobre la menstruación no solo afecta de una manera emocional y física a las jóvenes ecuatorianas, sino también en su educación y las oportunidades que pueden presentarse, por lo que la elaboración de un medio educativo y atractivo sobre los cambios de la pubertad puede facilitar la transición que se necesita para una educación menstrual más abierta y libre en Ecuador.

La primera menstruación es un momento lleno de emociones e incertidumbres, lamentablemente por la carencia de información previo a este momento las niñas sienten miedo y vergüenza. En muchos casos no tienen idea de que les pasa ni cómo actuar ante esa situación. Lo que este proyecto busca es aliviar ese sentimiento en las niñas y adolescentes.

1.5 Grupo objetivo / beneficiarios

El proyecto será orientado a las niñas entrando en etapa de pubertad que viven en Ecuador. Niñas y adolescentes que carecen de fuentes confiables de información sobre el ciclo menstrual, los cambios que atraviesan sus cuerpos y sienten vergüenza por preguntar al respecto. Además, se sienten confundidas por todo lo que están atravesando y necesitan de algo que les transmita confort en esa etapa llena de incertidumbres y cosas nuevas que experimentan en el día a día. Pasar de la niñez a la madurez temprana denotado por la menarquía pone responsabilidades extra sobre el hombro de las niñas y adolescentes. Es vital que en este momento de transición se escuche y se tome en cuenta sus experiencias. (Sommer, 2009)

CAPÍTULO 2

CAPITULO 2: MARCO REFERENCIAL: ESTADO DEL ARTE

2.1 Conocimiento general sobre la menstruación

Gran parte de la población femenina atraviesa por la menstruación, sin embargo, en un estudio realizado en México por la UNICEF en 2018 desveló que solo 16% de las niñas y mujeres adolescentes cuentan con conocimientos y significados precisos sobre la menstruación. En hombres adolescentes este porcentaje cae al 5%. (UNICEF, 2018). El desconocimiento sobre la menstruación es un tema desconocido no solo para las niñas sino para la población en general, desconocimiento impulsado por creencias religiosas y tabúes que han rodeado el tema por muchos años.

El Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (2022) menciona que la educación menstrual es parte esencial de la salud y los derechos sexuales y reproductivos. Es necesario que todos pongan de su parte y adopten una postura abierta y comprensiva para poder entender la salud menstrual. Una de las consecuencias del desconocimiento sobre la menstruación es la carencia de salud y educación menstrual que a la vez desemboca en la marginalización de las niñas y adolescentes.

Botello y Casado (2017) revelaron en su estudio que la diferencia biológica del

ciclo menstrual se convierte de esta forma en una desigualdad social y cultural, ya que durante esos días las mujeres están sometidas a prohibiciones y exclusiones estratégicamente pensadas. A su vez, la desigualdad que supone la menstruación conlleva la discriminación de la

mujer menstruante, prohibiéndosele participar en muchos actos y actividades tanto familiares como comunitarias. (p.95)

En este estudio las autoras afirman y comprueban el impacto que tiene este proceso, afectando de manera negativa a las mujeres en distintos aspectos de sus vidas.

2.1.1 Estigmas y aspectos socioculturales sobre la menstruación

La palabra menstruación proviene del latín *menstruus*, “se vincula al carácter cíclico de la Luna porque se produce aproximadamente cada 28 días, en correspondencia con la duración del período lunar y a la regularidad mensual de ambos ciclos”, como lo afirma Eugenia Tarzibachi, especialista en género, en su libro *Cosas de Mujeres* (2017). Así mismo, en conjunto con los estigmas sociales, la religión juega un papel importante en mantener a la menstruación como un acto impuro. (República, 2020).

Siendo un proceso natural de la mujer, es contradictorio que este proceso biológico sea un motivo de vergüenza entre grupos sociales. (Litman, 2018) A través de la aplicación Clue, la cual es una aplicación de salud femenina y la Coalición Internacional de Salud de la Mujer se recopiló alrededor de 5000 diferentes maneras de nombrar la menstruación en un total de 190 países con 90,000 mujeres encuestadas. (Clue, 2016) Esto fomenta los ya existentes tabús que rodean el tema de la menstruación, que llevan a una falta de educación y recursos sobre el ciclo menstrual y esto conlleva a los mitos que antagonizan un proceso natural y humilla a las mujeres por ello.

Sobre la desinformación acerca de la menstruación, Botello y Casado (2017) afirman que "el traspaso de creencias populares erróneas, por transmisión oral,

sigue presente" (pág. 92); estas creencias se transmiten generacionalmente sin ser cuestionadas o criticadas, resultando en información errónea y dañina para las mujeres.

Las percepciones sociales que tiene la primera menstruación o menarquía se convierten en un peso extra en los hombros de niñas que sienten que inmediatamente deben convertirse en mujeres. Turner et al. indica que "la menarquía es percibida por algunas culturas como señal de fertilidad. Existen distintas culturas alrededor del mundo que realizan ritos de iniciación o de entrada a la adultez" (Turner, Abrahams, & Harris, 1969)

2.1.2 Estado de la menstruación en Ecuador

En un estudio realizado por la fundación Friedrich-Elbert (2020), se investigó el precio anual de menstruar. Concluyó que las mujeres necesitan 323 toallas sanitarias por 13 periodos menstruales al año, tomando en cuenta que por salud deben usar como mínimo 5 toallas diarias por 5 días de menstruación. Asimismo, se calculó que el gasto promedio anual solo tomando en cuenta la compra de toallas higiénicas para una persona menstruante es de \$41,99. (Balbuena, Moreno, & Rubilar, 2020). Es importante entender que esto no aplica para todas las mujeres, ya que todas tienen necesidades distintas y probablemente necesiten de otros productos de cuidado menstrual.

En la actualidad existe una infinidad de bienes para el cuidado menstrual, que van desde productos tradicionales como las toallas y los tampones hasta copas menstruales o pantis absorbentes que se consideran como alternativas más conscientes con el medio ambiente.

En la Figura 1 se puede notar las marcas en la categoría de higiene femenina disponibles en un supermercado promedio de Ecuador. En esta imagen se puede observar que el color predominante en esta categoría es el rosado en distintas variaciones y el morado. Además, el producto que tiene más protagonismo son las toallas sanitarias.



Fig.1 Imagen “Pasillo de higiene femenina en Mi Comisariato”. Autor:
Isabel Lima y Juan Aldaz

2.1.3 Políticas sobre gestión y educación menstrual

En el reporte “La gestión menstrual sin impuestos en el mundo” escrito por María Florencia Melo, se calcula que existen diariamente 300 millones de mujeres alrededor del mundo que están menstruando y según el Banco Mundial medio billón de mujeres no tienen acceso a productos e infraestructura adecuada para la gestión de higiene menstrual. (United, 2022). Por este motivo, organizaciones como PeriodTax hacen un llamado a la reducción o posible eliminación de los impuestos en los productos de higiene menstrual ya que, en su criterio, son

productos de necesidad básica que actualmente están en la misma categoría de impuestos para artículos de lujo.

En la figura 2, el gráfico presentado por Statista, basado en el estudio “PERIODTAX Guía de incidencia” de Wash United (Melo, 2023), categoriza la situación de los productos menstruales en los países pertenecientes a la Organización de las Naciones Unidas (ONU), mostrando los 27 países que han tomado acción en cuanto a reducir o eliminar totalmente los impuestos de estos productos de gestión menstrual.



Fig.2 Gráfico “La gestión menstrual sin impuestos en el mundo”. Fuente:

<https://es.statista.com/grafico/30064/paises-que-redujeron-o-eliminaron-impuestos-para-productos-de-gestion-menstrual/>

Como indica la figura 2, en más de 190 países solo 27 han tomado la iniciativa en reconocer la importancia de una gestión menstrual digna a través de la disminución o eliminación total de impuestos a productos de higiene femenina, haciendo evidente que hay un largo camino por delante hacia la meta de una gestión menstrual digna universal.

2.2 Paradigmas de la menstruación

La menstruación forma parte de la vida de una mujer. Está presente la mayor parte de su vida, como ya mencionamos previamente el periodo menstrual aparte de ser un proceso biológico con cambios físicos y psicológicos, también tiene connotaciones sociales y culturales implícitas en la mente de la sociedad.

Con la llegada de la primera menstruación la sociedad tiene ciertas expectativas que las niñas se sienten obligadas a cumplir. Hennegan et al. (2019) en su artículo señala que las restricciones culturales de cada país varían dependiendo de su ubicación, religión, nivel socioeconómico y las expectativas individuales de cada familia. Esto tiene un impacto enorme a nivel psicológico en la niñas y adolescentes, ya que aparte de ser un evento nuevo que está acompañado de cambios y deben afrontar, también deben sobrellevar la carga sociocultural de este evento.

Las consecuencias de no tener una gestión menstrual adecuada afectan a las personas menstruantes en distintos aspectos de su vida. Zárate y Guerrero (2022) señalan que la desinformación y la carencia de gestión menstrual pueden resultar en problemas de salud física y reproductiva, así como afectar aspectos sociales, académicos y laborales.

Es importante entender el trasfondo y las connotaciones de ser una persona menstruante. Las niñas necesitan de una educación menstrual digna y sin estigmas para poder afrontar este proceso sin miedo ni vergüenza.

2.2.1 Menstruación como proceso biológico

Botello y Casado (2017) definen a la menstruación como un proceso biopsicosocial, ya que influye de distintas maneras a las mujeres.

Según el reporte “La menstruación y derechos humanos” de Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), el primer sangrado vaginal o menstruación se define como menarquía y la edad varía para cada persona. El proceso biológico de la menstruación es cuando el útero desprende sangre y tejido por cambios hormonales, siendo un proceso natural y sano en las mujeres y adolescentes en la etapa reproductiva de su vida.

El periodo menstrual, como es conocido en occidente, tiene una duración de dos a cinco días y puede variar según el individuo, y es parte de un proceso mayor que es el ciclo menstrual. Es un ciclo de aproximadamente 28 días, que varía en cada persona, donde ocurren cambios biológicos para la preparación del cuerpo para un posible embarazo que continua hasta el final de la etapa fértil de la mujer, fase conocida como menopausia, que pone un fin a los ciclos menstruales.

Con frecuencia el apoyo político y de salud ignora temas con respecto al cuerpo de la mujer y su debido cuidado y gestión. (UNFPA, 2022). Como resultado las niñas y mujeres recién aprenden de estos cambios cuando ya entran a la pubertad, haciendo que sea una etapa estresante y desconcertante.

2.2.2 Impacto emocional de la menstruación en las niñas y adolescentes

La menarquía o primera menstruación suele estar acompañada de incertidumbre y confusión, Botello y Casado afirman que “en líneas generales se puede decir que las principales actitudes eran de timidez, vergüenza y sorpresa” (Botello & Casado, 2017) Estas actitudes están impulsadas por la falta de formación a las niñas sobre el tema o por restricciones culturales que impiden que las mujeres accedan a información vital para afrontar este momento.

Hennegan et al. (2019) señala que las expectativas de comportamiento de una mujer menstruante imponen ideales difíciles de cumplir que añaden más estrés a la situación. Las niñas ya se sienten distintas por el solo hecho de empezar a menstruar, tener que cumplir con estos roles imaginarios empeora la situación de manera exponencial.

Asimismo, Sommer (2009), indica que las reflexiones de las niñas sobre la angustia y la confusión experimentadas en la menarquia al descubrir sangre en su ropa interior combinado con la incertidumbre que sentían sobre a quién acudir para pedir consejos.

2.2.3. Consecuencias de la deficiencia de gestión menstrual

La pobreza menstrual ha sido definida por la American Medical Women's Association como la falta de acceso a herramientas de higiene menstrual y educación. Además, se estima que a nivel mundial 2 de cada 3 niñas no asisten a clases porque no han sido educadas sobre su periodo menstrual. (Alvarez, 2019). Las consecuencias de la pobreza menstrual afectan en diferentes aspectos de la vida de niñas y adolescentes, ya sea en su educación, salud,

vínculos sociales, e incluso en un plano superior como la falta de infraestructuras para la adecuada gestión menstrual.

La falta de acceso a productos de salud femenina puede llevar a las adolescentes a usar otros tipos de telas y similares como alternativas a toallas sanitarias y tampones, pudiendo causar infecciones y otros problemas médicos (UNESCO, 2014), y esta posibilidad aumenta en países donde hay escasez de agua potable para su correcta higiene.

Estos inconvenientes también pueden generar problemas de salud mental, reportándose una mayor posibilidad de sufrir depresión moderada a grave como consecuencia de la pobreza menstrual. (Gupta, Hamidaddin, Scolese, & Cardoso, 2021). En conjunto con la insolación social de sus amistades y familiares por no poder expresar su situación o hablar sobre su ciclo menstrual.

Asimismo, su educación y la cantidad de ejercicio que reciben pueden ser afectados por estos parámetros. Una chica sin acceso a información o recursos sobre su menstruación puede optar por faltar a clases durante su periodo o evitar realizar deportes, (Miller, 2021) ya sea por su cuenta o programas educativos, ya sea por las incomodidades que puede producir el periodo o evitar situaciones vergonzosas.

2.3 Campañas de comunicación y proyectos sobre educación menstrual

La educación menstrual es un tema que puede beneficiar a millones de mujeres y adolescentes alrededor del mundo. Dependiendo del lugar, el nivel de acceso a esta educación varía tremendamente, por lo que se puede observar los diferentes trabajos que apuntan a disminuir esta brecha para llegar a una gestión

menstrual digna y segura. A continuación, se analizarán varias campañas y proyectos que tienen como objetivo común la educación adecuada sobre la menstruación y eliminar los tabúes que existen sobre el tema.

Campaña Bishesta: La campaña Bishesta es una intervención para mejorar el entendimiento y comportamiento sobre la salud e higiene menstrual en las personas con discapacidades intelectuales y de sus padres o cuidadores.

Esta campaña fue realizada en Nepal por WaterAid y London School of Hygiene and Tropical Medicine (que en español es la Escuela de Higiene y Medicina Tropical de London), por medio de paquetes con recursos necesarios para una educación apropiada y digna sobre la menstruación y los cambios que presenta.

Los materiales diseñados para la campaña incluyen:

- Una maleta menstrual que incluye toallas sanitarias reutilizables y los manuales y guías visuales.
- Una maleta personal que contienen una funda aprueba de agua para el almacenamiento de toallas sanitarias usadas cuando se sale del hogar.
- Historias visuales “I Change the Sanitary Pad” y “I Can Do It” sobre la primera menstruación y mostrar el apoyo por parte de sus cuidadores.

La campaña es parte de una amplia investigación llamada Deabling Menstrual Barriers, por Jane Wilbur que apunta a entender las barreras que existen para las personas con discapacidades sobre la educación menstrual en Nepal. (WaterAid, 2019)

Papo Calcinha: La animación “Papo Calcinha”, realizada en el año 2022 por Sofia Souza, estudiante de la Facultad de Artes Visuales de la Universidad Federal de Goiás, habla sobre un tabú en la sociedad brasileña. Es la historia sobre la adolescencia y pobreza menstrual, donde María Aparecida, una adolescente de bajos recursos, sufre de calambres menstruales y las complicaciones de su situación económica. Sin dinero para comprar los productos de higiene, la adolescente recurre de usar ropa vieja, lo que lleva a complicaciones de salud y las posibles situaciones de vergüenza.

La estudiante de Diseño Gráfico tomó de inspiración los movimientos activistas a recomendación de su profesor y la influencia que ha tenido las animaciones contemporáneas de estudios como Studio Ghibli, Cartoon Network, Cartoon Saloon and Disney. Además de también inspirarse por otros trabajos como los proyectos “Absorvendo Necesidades” y “Girl Helps Girls” que tienen como objetivo brindar dignidad a las mujeres que sufren de pobreza menstrual, y finalmente el objetivo de su proyecto es empezar una conversación sobre estos temas y así mismo como orientar a las personas en situaciones similares al personaje de su historia. (Universidade Federal de Goiás, 2022)

La pobreza menstrual, de acuerdo con el reporte “Menstrual Poverty in Brazil: inequality and violations of rights” realizado por United Nations Population Fund (UNFPA) y United Nations Children's Fund (UNICEF) es una simplificación de un fenómeno complejo, multidimensional y multidisciplinario que sufren niñas y mujeres por falta de recursos apropiados para una correcta higiene y educación

menstrual, (Cirino, 2022) y también la falta de infraestructura para facilitar el manejo personal de su menstruación.

Las Manchas: El proyecto editorial escrito por Eduarda Dávalos, Mariuxi Alemán e ilustrado por Alisa Pincay plasma la realidad de muchas niñas ecuatorianas, aborda temas de salud menstrual y situaciones comunes que afrontan las niñas en su primera menstruación

Este proyecto surgió en 2021 como parte de talleres del VI Encuentro Internacional de Investigación en Artes del ILIA. El primer boceto tuvo 6 páginas, Alemán contactó a Eduarda Dávalos y el folleto se convirtió en algo mucho más sólido. (U.Artes, 2023)

La exalumna de la Universidad de las Artes menciona “Con ‘Las Manchas’ buscamos ser el espacio seguro para mediar las emociones, el cuerpo y las palabras alrededor del ciclo menstrual. Desde una mirada tierna enfocada en un acompañamiento sensible, buscamos resignificar este proceso natural históricamente tratado con un tinte negativo. En el viaje de Illari están todas las historias de las niñas que se asustaron al ver por primera vez sus calzones manchados”. (U.Artes, 2023)

Este libro álbum también tuvo una pequeña gira de lanzamiento y charlas en distintos colegios del Ecuador. Entre los elementos visuales que más destacan de este proyecto editorial se encuentra el uso del rojo, ilustraciones orgánicas con mucha textura y un lenguaje amigable y fácil de comprender.

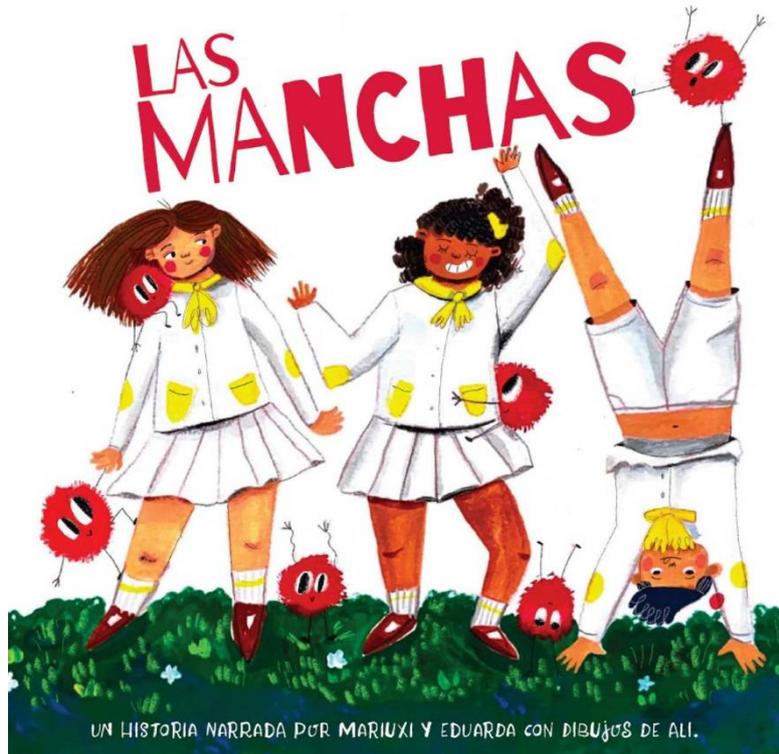


Fig.3 Imagen “Portada de Las Manchas”. Autor: Mariuxi Alemán, Eduarda Dávalos y Alisa Pincay.

Hola Menstruación: Libro lanzado en España en 2020, Escrito por Yumi Stynes y Melissa Kang e ilustrado por Jenny Latham. Tiene una extensión de 168 páginas y está disponible en Amazon Books.

Es una guía de 152 páginas abarca gran parte de las dudas que las niñas en esa etapa suelen tener. Cubre temas que van desde conceptos básicos sobre pubertad y menstruación, sexualidad, entre otros.

Tiene un lenguaje divertido pero directo y está acompañado de ilustraciones con situaciones que son fáciles de empatizar. La mayoría de objetos ilustrados

tienen cierta personalidad marcada ya que tienen caras. Se destaca el uso de color rojo, rosado y colores complementarios como el amarillo y el azul.

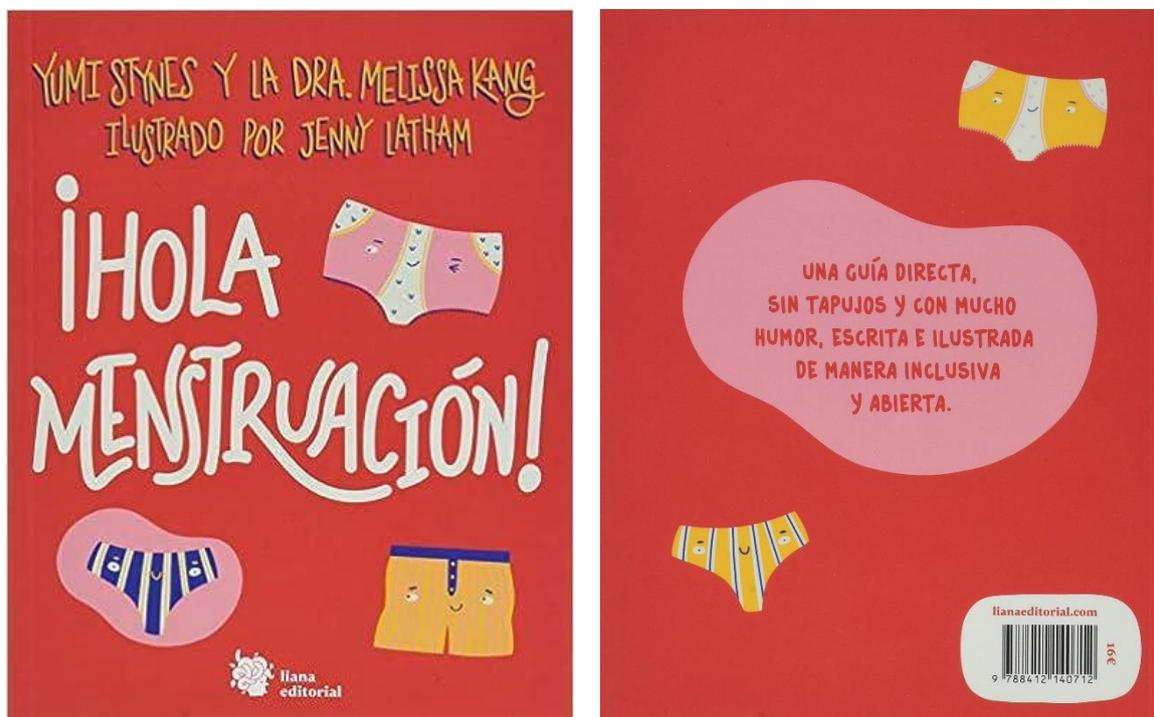


Fig.4 Imagen “Portada y Contraportada de ¡Hola Menstruación!”. Autor:
Yumi Stynes, Melissa Kang y Jenny Latham

La menstruación no es solo un proceso biológico, tiene implicaciones sociales, físicas, psíquicas y económicas. La carencia de buena gestión menstrual hace que este proceso tenga un impacto negativo en las niñas que recién experimentan la menstruación.

Como se puede observar, la menstruación se ha convertido en un tema complejo en la sociedad en general. A través de una deficiente educación y la formación de estigmas y tabús, el acceso a una menstruación digna no es algo certero para las niñas y adolescentes en general. Desde campañas de concientización hasta cambios en el sistema legal han sido el arduo trabajo para volver a una

normalidad en la que las mujeres tengan acceso a los recursos e infraestructuras necesarios como un elemento cotidiano en sus vidas.

CAPÍTULO 3

CAPITULO 3: INVESTIGACIÓN VISUAL

Se realizó una investigación mixta, con elementos cuantitativos derivados de las encuestas y cualitativos por medio de las entrevistas a profesionales para la información objetiva del tema, y grupos de interés como adolescentes y adultos jóvenes.

3.1 Antropología visual

A través de la antropología visual se busca analizar y resumir la información presente sobre la educación menstrual en por medio de los diferentes elementos visuales que encontraremos en productos de higiene femenina, en publicidad de estos productos y la observación de campañas y programas relacionados con la menstruación. Esto ayudó a entender los códigos cromáticos más comunes cuando se habla de menstruación y buenas prácticas de educación menstrual.

3.2 Casos de estudio

Los casos de estudio son una metodología usada en distintos campos. Un estudio de caso en investigación académica es un término utilizado para describir una iniciativa de investigación (Remenyi, 2012). Ayuda a tener una idea sobre como distintas soluciones a problemas similares afectan al mundo real

En el capítulo anterior se mostraron algunos casos de éxito sobre campañas relacionadas con la menstruación. A continuación, se detalla los puntos más relevantes de estos:

Casos	Soporte	Contenido	Cromática
Campaña Bishesta	Multidimensional	Historias visuales sobre la menstruación acompañada de kits menstruales.	Colores primarios, se usa muy poco el color rojo
Papo Calcinha	Audiovisual (Animación)	Historia sobre los desafíos de una niña menstruante de bajos recursos en Brazil	Uso de colores morados y rosados
Las Manchas	Físico (Cuento)	Cuento sobre una niña que empieza a menstrual y las cosas que debe afrontar	Uso extensivo del rojo con colores complementarios
¡Hola Menstruación!	Físico (Libro)	Libro con explicaciones y tips sobre la menstruación, pubertad y sexualidad	Énfasis en el uso del color rojo combinado con colores pasteles.

Tabla 1 Casos de estudio
Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023

3.3 Design Thinking

El design thinking es un método que permite crear soluciones distintas enfocadas en las necesidades del grupo objetivo. Esta metodología es distinta a otros métodos de innovación, ya que se basa en la solución no solo en el problema (Han, 2022). En este proyecto se usaron tres herramientas pertenecientes al design thinking: brainstorming, moodboard y perfil persona, que constituyen y complementan las fases de la metodología de diseño de Bernard Löbach.

3.4 Metodología de diseño de Bernard Löbach.

Esta metodología también se centra en encontrar la solución más idónea y creativa al problema. Este método busca entender el problema a profundidad sin dejar de lado la perspectiva creativa (Löbach, 1981). Consta de 4 fases: análisis del problema, solución al problema, valoración de las soluciones y realización de las soluciones.

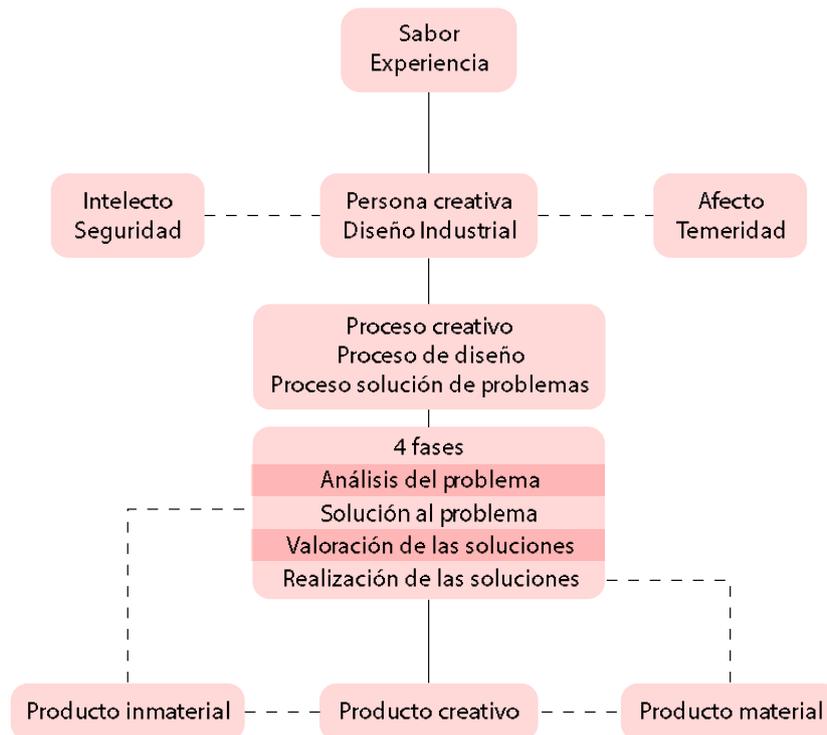


Fig. 5 Esquema “Metodología de diseño de B. Lobäch”

3.4.1 Análisis del problema (Fase 1)

En esta primera fase se busca recopilar información sobre el problema para poder entenderlo. En este proceso se utilizaron distintas fuentes secundarias como artículos y proyectos ya existentes a nivel nacional e internacional relacionados con la gestión menstrual. Se estableció un perfil persona sobre el público objetivo y se realizaron encuestas a mujeres entre 18 y 28 años para entender como se ha manejado el tema en el contexto local.

Encuesta

La encuesta estaba compuesta de las siguientes preguntas:

- ¿Qué tipo de educación recibiste?
- ¿A qué edad tuviste tu primera menstruación?
- ¿Te sentiste preparada para tu primera menstruación?

- ¿Recibiste educación menstrual previo a tu primera menstruación?
- ¿Quién te facilitó la información?
- ¿Cuándo tenías dudas sobre tu periodo menstrual ¿a quién acudías?
- ¿De qué manera recibiste la información?
- ¿Cómo te hubiese gustado recibir información sobre la menstruación?
- ¿Te avergüenza hablar sobre tu periodo menstrual?
- ¿Usas un término más casual para referirte a la menstruación?
- ¿Qué tema referente a la menstruación crees que necesita ser más visible?

El objetivo de esta encuesta era tener una idea más clara sobre las fuentes que tienen las niñas/adolescentes sobre educación menstrual, así como identificar los tópicos que menos se han discutido cuando se habla del tema. Los datos recopilados en la encuesta sirvieron para establecer los objetivos y entender el problema a profundidad. La información recopilada también fue útil al momento de decidir los temas que la guía iba a abarcar.

Perfil persona

Esta herramienta permite modelar el usuario y atribuirle una personalidad y características que van a ayudar a entender lo que el usuario necesita. Para entender mejor a este se usaron los siguientes parámetros:

- Intereses: Las cosas que el usuario disfruta hacer en su tiempo libre.
- Personalidad: La forma de actuar del usuario con su entorno. Como se relaciona con su círculo familiar y con sus amigos.
- Experiencias clave: Situaciones que han definido o marcado al usuario.
Los retos y desafíos que este debe afrontar.

- Metas: Aspiraciones y deseos del usuario.
- Necesidades: Cosas que le hacen falta al usuario.
- Insights: Descubrimiento en base a los datos recopilados.



Nombre: Valeria
Edad: 12 años
Donde vive: Guayaquil, norte

Intereses: Es fan de la música pop y le gusta tocar la guitarra que su hermano mayor le enseñó. Además, disfruta de las películas y series, especialmente las de fantasía y romance.

Personalidad: Es un poco introvertida y tiene un círculo social pequeño. Tiene 3 amigas de su misma edad con las que comparte todo. Es empática y tiende a preocuparse por sus amigos y familiares. Aunque puede ser un poco obstinada, está dispuesta a escuchar y aprender de los demás.

Experiencias clave: Valeria se encuentra en la preadolescencia, un tiempo de muchos cambios físicos y emocionales. Está entendiendo los cambios en su cuerpo y espera que en algún momento le llegue la menstruación. La escuela también ha traído nuevos desafíos académicos y sociales. A veces se siente presionada para encajar, y lucha con la confianza en sí misma y la autoimagen.

Metas: Está ansiosa por que le llegue su primera menstruación, pero tiene un poco de miedo porque no tiene mucha información al respecto. Su mamá no ha conversado con ella. Quiere pasar al colegio con buenas notas.

Necesidades: Necesita una guía que le explique más sobre los cambios que experimenta y como afrontar su primera menstruación.

Insights: Se siente ansiosa pero con miedo de que le llegue su primera menstruación

Fig. 6 Imagen “Perfil persona 1”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023



Nombre: María
Edad: 10 años
Donde vive: Guayaquil, suburbio

Intereses: Le gusta dibujar y suele hacerlo con lápices y papeles que recoge. Juega a la cuerda y a las escondidas con amigos del barrio. Ayuda a su madre en casa con tareas domésticas

Personalidad: Valentina es una niña resiliente y adaptativa, dadas las circunstancias en las que crece. A pesar de las adversidades, es optimista y siempre busca la manera de divertirse y aprender de su entorno. Valora mucho los pequeños gestos y detalles, ya que no siempre cuenta con muchas posesiones materiales.

Experiencias clave: Dado que su familia tiene limitados recursos, Valentina a menudo ayuda a su madre con las tareas del hogar y cuida a sus hermanos cuando sus padres no están. En ocasiones, acompaña a su madre al mercado local para ayudarla a vender frutas o verduras. No siempre tiene todo lo necesario para la escuela, pero no quiere preocupar más a sus padres.

Metas: Es una niña dedicada y se esfuerza por mantener buenos rendimientos académicos.

Necesidades: Estímulos y oportunidades para desarrollar habilidades y confianza en sí misma. Guía y ejemplos positivos que la ayuden a formar su identidad y valores.

Insights: Vive con incertidumbre en distintos ámbitos. No tiene una dirección clara ya que tiene que preocuparse por distintas cosas menos ella.

Fig. 7 Imagen “Perfil persona 2”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023

Gracias al perfil persona se pudo comprender mejor al público objetivo y empatizar con sus necesidades para llegar a una propuesta gráfica atractiva que sea del interés del grupo objetivo.

3.4.2 Solución al problema (Fase 2)

En esta fase se generan ideas para hallar posibles soluciones a la problemática. Se tomaron en cuenta los hallazgos de la fase de análisis del problema y se usaron las herramientas moodboard y brainstorming planteadas al inicio con la finalidad de desarrollar bocetos y propuestas visuales para desarrollar el producto final.

Brainstorming

El brainstorming es una herramienta de generación de ideas cuyo objetivo principal es encontrar el mayor número de ideas posible con las que dar respuesta a un reto (DesignThinkingEspaña, 2023).

Esta herramienta brinda la oportunidad de generar distintas soluciones que van desde lo más obvio hasta lo más rebuscado, esto es importante ya que se consideran distintos escenarios para llegar a la solución más idónea.

Moodboard

El moodboard ayuda a explorar ideas y conceptos visuales (Clancy, 2023). Esta herramienta sirve para descubrir la dirección visual, el estilo y el tono que se busca para el proyecto. Ayuda a visualizar el proyecto de una manera más clara a través de referentes o proyecto similares que sigan una dirección similar a la que el proyecto va orientado. Además, se usó la pauta netnográfica para definir el concepto observado.

3.4.3 Valoración de soluciones (Fase 3)

Esta fase sirve para poder comparar las soluciones generadas en la fase anterior con el objetivo de encontrar la solución más acorde al problema y que cumpla con los objetivos planteados en el inicio.

Se realizaron 3 modelos de portadas con distintos estilos gráficos. Se experimentó con 2 modelos distintos de ilustración. Se seleccionó un estilo de portada para desarrollar toda la guía. Ese producto se validó con 4 expertos en redacción, ilustración, diseño y derechos femeninos por medio de Zoom. También se validó el proyecto con 4 niñas con edades entre 10 y 15 años para evaluar la efectividad y usabilidad de la guía con el público objetivo.

3.4.4 Realización de las soluciones (Fase 4)

Posterior a las validaciones se mejoró el proyecto tomando en cuenta los comentarios brindados por los especialistas. Se corrigieron temas de redacción, se homogenizó el uso del color, se hizo la guía un poco más interactiva y se creó un producto complementario que acompaña la guía. Se diseñó una caja en la que viene la guía acompañada de distintos tipos de toallas sanitarias y neceseres útiles para las niñas y adolescentes.

CAPÍTULO 4

CAPITULO 4: DESARROLLO DE PROYECTO

4.1 Análisis de resultados

En la primera fase de la metodología de B. Lobäch, se realizaron encuestas a mujeres entre 18 y 28 años para tener una idea del nivel, los medios y los temas más discutidos cuando se habla de menstruación. De las 62 encuestas realizadas, la información más relevante fue la siguiente:

El 61% de encuestadas recibieron educación menstrual, sin embargo, solo el 2% se sintió muy preparado para su primera menstruación, el 15% se sintió preparado y el 83% restante se sintió medio o poco preparado. Estos resultados son señal de que la educación menstrual que se ha venido dando no logra satisfacer las necesidades reales de este público.

4. ¿Te sentiste preparada para tu primera menstruación?

[More Details](#)

● Nada	15
● Poco	17
● Medio	20
● Preparada	9
● Muy preparada	1



Fig. 8 Imagen “Resultados de la pregunta 4”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023

5. ¿Recibiste educación menstrual previo a tu primera menstruación?

[More Details](#)

[Insights](#)



Fig. 9 Imagen “Resultados de la pregunta 5”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023

El 69% de las encuestadas recibieron educación menstrual a través de una charla, sin embargo 52% hubiese preferido recibirlo a través de una guía. Esto revela que las charlas que se suelen dar en colegios no son suficientes para despejar las dudas sobre la menstruación.

8. ¿De qué manera recibiste la información?

[More Details](#)



Fig. 10 Imagen “Resultados de la pregunta 8”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023

9. ¿Cómo te hubiese gustado recibir información sobre la menstruación?

[More Details](#)



Fig. 11 Imagen “Resultados de la pregunta 9”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023

En la segunda fase del método de B. Lobäch se hizo uso de las herramientas de brainstorming y moodboard para hallar la solución del proyecto.

Brainstorming

Se realizó una lluvia de ideas para plantear distintas soluciones y aspectos comunicacionales y gráficos que la solución tendría. En la figura 12 se muestra los pasos y ramificaciones de la lluvia de ideas, tomando en cuenta que productos se elegirán para la campaña, sus elementos y aspectos técnicos y de diseño.

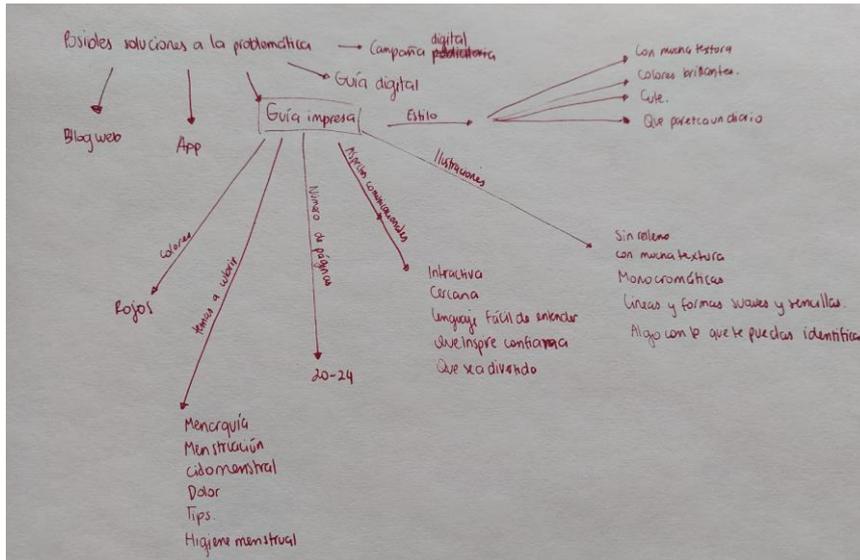


Fig. 12 Imagen “Brainstorming”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023

Autores: Se plasmaron distintas propuestas, estilos gráficos, colores y temáticas para la solución. La solución que se seleccionó fue una guía impresa, ya que es algo un poco más completo y las niñas pueden conservarla y acudir a ella cuando necesiten. Se plantearon distintas temáticas que la guía puede abarcar:

- Menstruación
- Ciclo menstrual
- Síndrome Premenstrual
- Higiene Menstrual
- Tips o recomendaciones

Moodboard

Se agruparon imágenes asociadas con el público objetivo. Se realizaron 2 moodboards, en cada uno hay imágenes que describen el estilo de vida, entorno

e intereses del usuario. A través de estas imágenes se logra tener una perspectiva más amplia del público objetivo.



Fig. 14 Imagen “Moodboard 1”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023

Las variables establecidas para la pauta de observación, véase en la tabla 1, corresponden a 3 escenarios que influyen en el grupo objetivo. En la tabla se detalla cada uno de estos escenarios.

Moodboard 1		
Variables	Dimensiones	Observaciones
Escenario 1		
Vivienda	Ubicación	Norte de guayaquil
	Cuartos	4, Cada integrante de su familia tiene su propia habitación
	Número de personas que la habitan	4
Escenario 2		
Actividades	Pasatiempos	Tocar la guitarra y hablar con sus amigas
	Escuela	Escuela privada

	Obligaciones	Estudiar y tener su cuarto arreglado
Escenario 3		
Preocupaciones	Situación socioeconómica	Ambos padres trabajan, tienen una vida cómoda
	Estado mental	Se siente un poco sola porque sus padres siempre están ocupados.

Tabla 2 Pauta de Observación Netnográfica, no participativa

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023

Coolboard

Para poder desarrollar una guía con un estilo uniforme y llamativo, se buscaron distintos referentes de diseño, diagramación e ilustración que sirvieron para la ejecución de la guía.

COOLBOARD



Fig. 16 Imagen “Coolboard”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023

Para la pauta etnográfica se establecieron 3 escenarios que aterrizan el estilo que se busca seguir en el proyecto.

Coolboard Tendencias		
Variables	Dimensiones	Observaciones
Escenario 1		
Estilo	Ilustraciones	Ilustraciones orgánicas y divertidas con líneas fluidas y apariencia de doodles.
	Texturas	Uso de texturas muy marcadas, similares a un papel con mucho relieve.
	Estilos gráficos	Tienen la apariencia de estar hechas a mano alzada.
Escenario 2		
Cromática	Colores	Uso de colores complementarios.
	Saturación	Colores muy saturados que resaltan del fondo.
	Tono	Tonos morados, rojizos y amarillos.
Escenario 3		
Diseño editorial	Estructura	Estructura libre, divertida e interactiva.
	Tipografías	Tipografías decorativas, que dan la impresión de ser hechas a mano.

Tabla 3 Pauta de Observación Netnográfica, no participativa

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023

Con esto en mente se realizaron tres bocetos para la portada de la guía con distintos nombres y variantes de estilos:

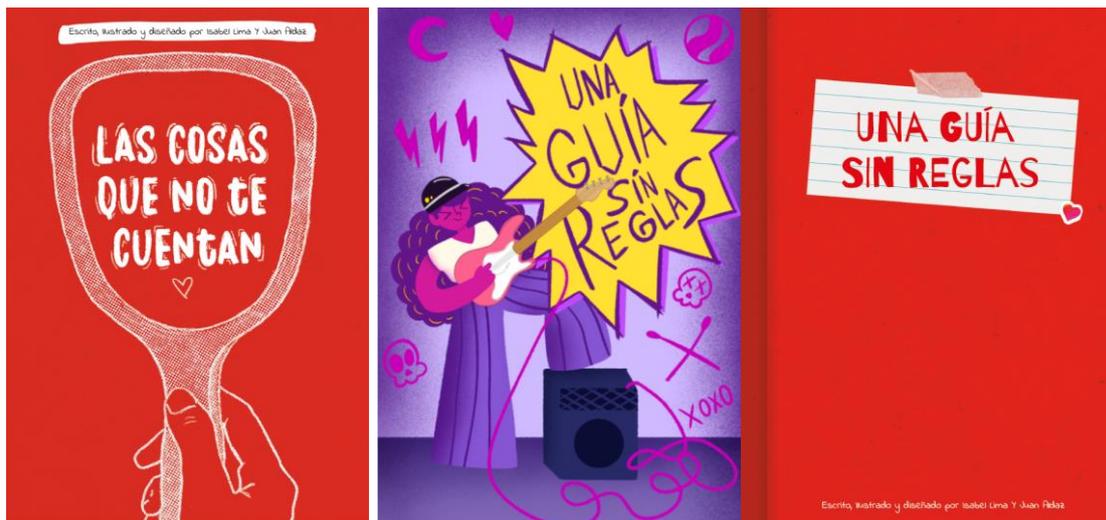


Fig. 17 Imagen “Bocetos”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023.

Como nombre de la guía se estableció el título “Una Guía sin reglas” por el trasfondo social de la menstruación. También se establecieron los elementos que acompañarían la guía como merchandising (pines, stickers, camisetas) y una caja con distintos tipos de toallas sanitarias y pañitos húmedos ayuden a las niñas que han tenido su menarquia.

En pocas palabras, el grupo objetivo nos permite diseñar una guía con un lenguaje gráfico que abarca desde la temprana edad en la que puede iniciar la menstruación en adelante, sin caer en la desventaja de la desconexión que podría ocurrir si el diseño se centrara en un solo nivel del rango al que se quiere llegar. Desde el uso de tipografías que simulan la escritura manuscrita, generando el sentimiento que la guía es elaborada por una espectadora más como ellas, hasta el color rojo predominándote, representando la sangre de la menstruación sin recelo o tabú alguno.

4.2 Aspectos conceptuales

El nombre de la guía es “Una guía sin reglas”, busca desafiar el estigma que existe sobre la menstruación jugando con el término “reglas”, que es el término con que se suele usar para referirse a esta.

El propósito de la guía es, presentar la menstruación como un proceso natural, reforzando una percepción de normalidad y aceptación, sin vergüenza ni prejuicios. Mediante ilustraciones divertidas y un lenguaje familiar, libre de tecnicismos se busca conectar con las niñas en medio de una etapa de exploración, autoexpresión y descubrimiento personal.

Se toma como inspiración dos aspectos principales: la rebeldía y el autodescubrimiento, como medios para desarrollar las ilustraciones y el lenguaje gráfico. El uso de tatuajes y doodles como inspiración para el estilo tiene como meta relacionarse con las ideas propias que empiezan a madurar con este cambio en la vida de las niñas y adolescentes, alentando así a sentirse orgullosas de ser mujeres y no se sentirse avergonzadas del proceso natural que es la menstruación.

4.3 Aspectos técnicos

Una Guía sin Reglas, es un producto editorial que busca promover la educación y aceptación de la menstruación como un proceso biológico y natural, expresando a través de diferentes elementos la importancia de una menstruación digna y segura, con un lenguaje de diseño expresivo y amigable con las niñas.

Guía:

La campaña incluye una guía ilustrada como el medio principal para recopilación de datos, consejos e información necesaria sobre una menstruación digna y segura.

El formato es de tamaño A5 (148mm x 210mm) para una presentación compacta y de alta resolución. La diagramación fue realizada en Adobe InDesign y las ilustraciones por medio de Procreate y Adobe Photoshop.

Empaque principal:

Se ha diseñado una caja de cuidado menstrual, hecha de material 100% reciclable y contendrá la guía, toallas sanitarias y pines.

Las medidas serán 13.25" x 10" x 5", color rojo de fondo e ilustraciones en todas sus caras, incluida la cara superior que contendrá el nombre de la campaña.

Empaque secundario:

Para la presentación del paquete las toallas sanitarias se usará papel reciclable como envoltura, con un patrón indicando que tipo de recurso sanitario contiene.

Las medidas de cada paquete serán de 9 x 9 x 11cm, de color blanco de fondo con patrones y elementos en rojo.

Pines:

El diseño de los pines decorativos será impreso en papel couché de 120 gramos, con una lámina brillante transparente para finalmente trasladarlo al pin.

La medida del pin es de 5.5cm de diámetro.

4.4 Aspectos estéticos

Es importante que el diseño tome lugar en el empoderamiento de la mujer, utilizando elementos visuales que reflejan la conexión a la época de rebeldía y exploración personal que llega con la menstruación.

Tono comunicacional:

El grupo objetivo de la guía es una audiencia joven entrando a la pubertad por lo que el tono comunicacional elegido para este proyecto es informal, empático e informativo. Parte del objetivo de la guía es dar a conocer los procesos de la menstruación tanto del lado biológico como emocional, por lo que es importante establecer una conexión de confianza y empatía con el lector, mientras se explica de forma simple y directa lo que implican estos cambios en su cuerpo, en su estado emocional y cómo estar preparada para el ciclo y sus síntomas.

Representación visual:

La representación visual utiliza ilustraciones de lineado con un sombreado tradicional tipo *hatching* que consiste en el uso de líneas con diferentes concentraciones para representar volumen o sombras. Toma inspiración en el tipo de arte encontrado en los tatuajes, añadiendo elementos de individualidad y autoexpresión a la experiencia de la menstruación, transformando un proceso biológico en una obra de arte personal.

Paleta de colores:

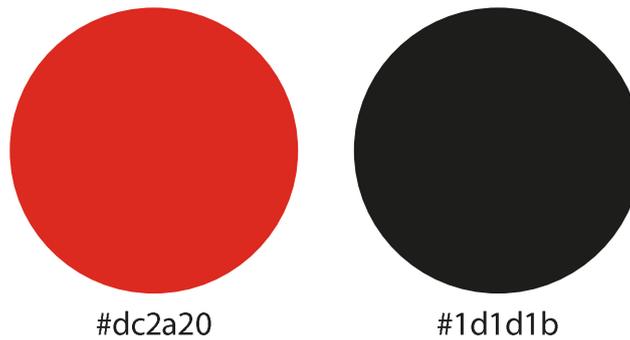


Fig. 18 Imagen “Colores”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023.

El color rojo, emblemático de la sangre menstrual, tiene el objetivo de generar un tono audaz y energético, evocando la vitalidad y fuerza de la mujer. De la misma manera, se busca presentar la menstruación como el proceso biológico normal que realmente es, sin seguir ningún tabú social.

Los productos serán elaborados con una combinación de colores: color base del producto, rojo, blanco y negro, dependiendo de los materiales y elementos utilizados.

Tipografía:

La tipografía usada a través de todos los elementos de la campaña tiene como objetivo simular un tono familiar e informal, creando una conexión humana con el lector. La irregularidad en las medidas como la altura x, línea base y la altura ascendente de las letras en el cuerpo crean el efecto de tipografía manuscrita, mientras se mantiene la legibilidad de los textos.

Como se muestra en la figura 19, la tipografía usada en los títulos y subtítulos fue elegida por su irregularidad de los trazos, simulando ser escritos con marcador, acompañando la sensación de informalidad del texto.

PURE GINGER | Indie Flower

Fig. 19 Imagen “Tipografías”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023.

Dirección de arte:

Los productos finales de este proyecto son una guía de 24 páginas impresa acompañada de un kit de menstruación que contiene distintos tipos de toallas sanitarias, pañitos, húmedos y merchandising.



Fig. 20 Imagen “Página de Stickers”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023.

La guía tiene una página de stickers e invita a las niñas a interactuar con ella. Consta de 2 partes: la primera parte tiene 6 páginas, habla de la menstruación, el ciclo menstrual y el síndrome premenstrual, y una segunda parte de 8 páginas que se centra en lo que pasa cuando ya llega la menstruación con algunos tips e indicaciones para sobrellevar este momento. Así mismo cada tema está acompañado de ilustraciones que ayudan a las niñas a comprender mejor el tema.

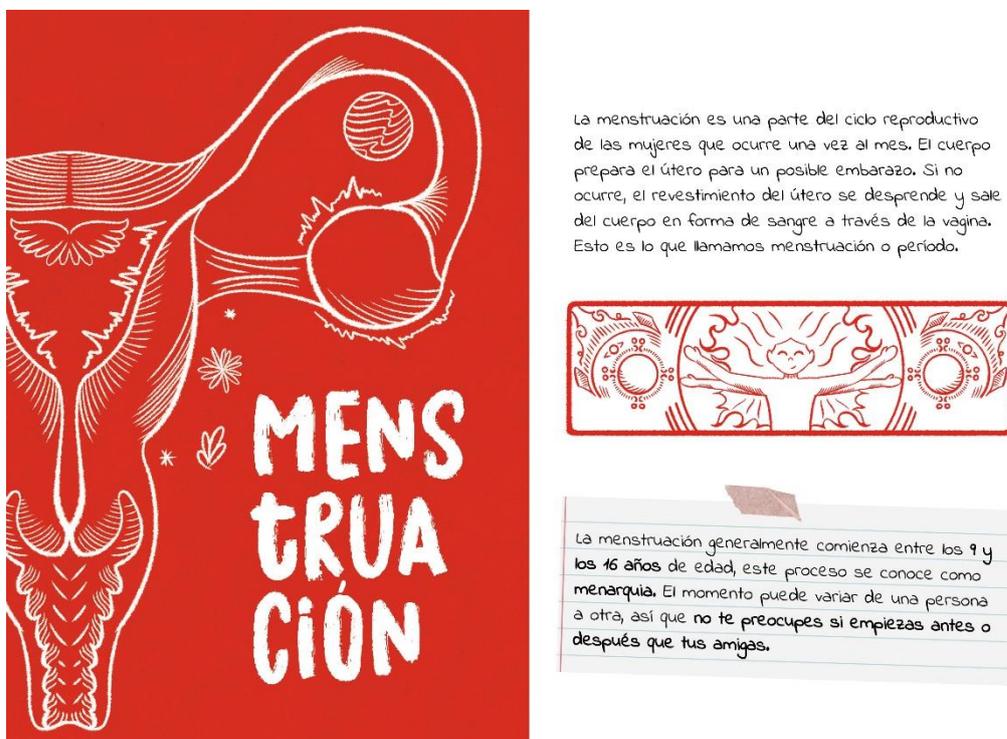


Fig. 21 Imagen “Página de Stickers”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023.

Se jugó con la diagramación para que tenga la apariencia de ser un diario, en el que se puede apuntar y pegar cosas con el objetivo de tener más cercanía con el público objetivo. Para el empaque primario y secundario se crearon

patrones con ilustraciones propias de la guía con la finalidad de que haya homogeneidad entre el kit y la guía.

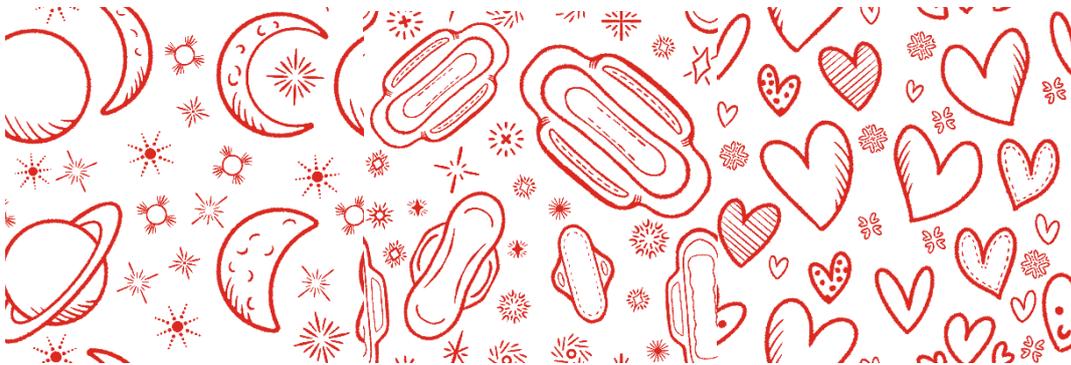


Fig. 22 Imagen “Patrones”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023.

Mockups:

Para visualizar la propuesta final se realizaron mockups de la guía, redes sociales, el kit de menstruación y el empaque secundario del contenido del kit.



Fig. 23 Imagen “Kit de menstruación”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023.



Fig. 24 Imagen “Empaque secundario”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023.

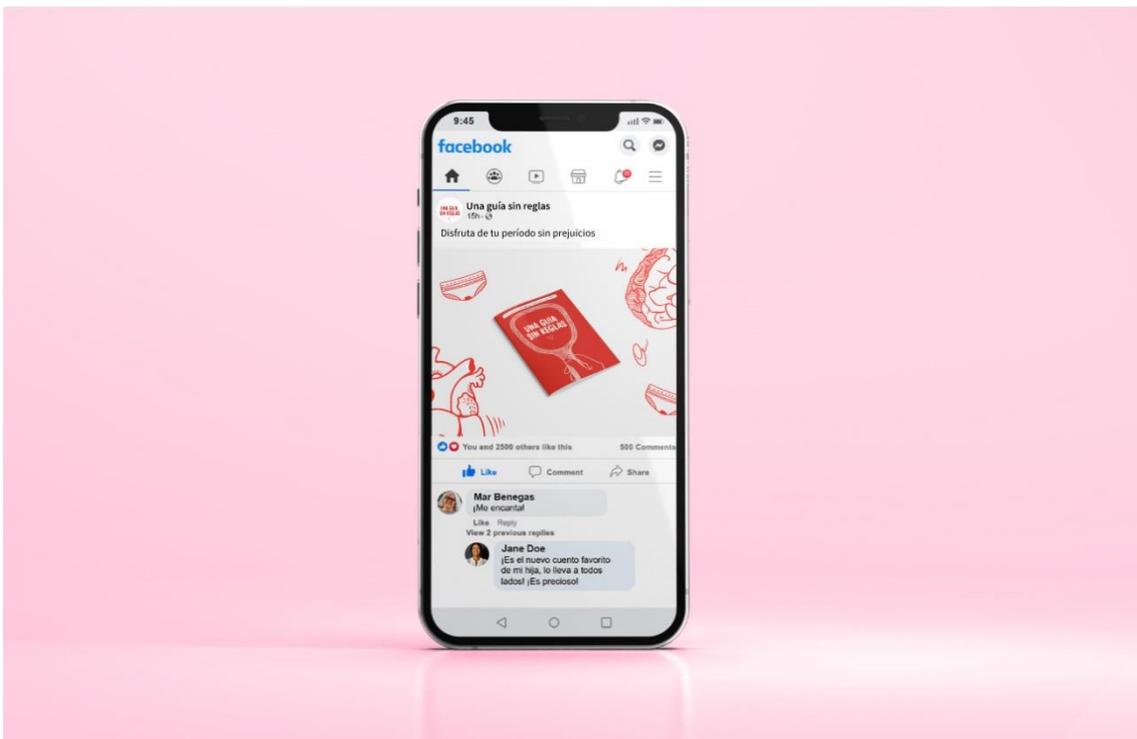


Fig. 25 Imagen “Redes sociales”

Isabel Lima y Juan Aldaz, 2023.

4.5 Presupuesto

Se desarrolló un costo estimado para la creación y producción de la guía teniendo en cuenta las personas que intervienen en la creación de esta

(diseñador, ilustrador y redactor). La impresión de la guía fue y del packaging fue hecha pensando en la producción de 100 ejemplares.

Se realizó el mismo proceso para identificar el costo estimado del diseño y producción del packaging.

Descripción	Costo
Presupuesto Diseño de Guía	\$ 1.600,00
Análisis y recopilación de datos	
Ilustración	
Diagramación	
Diseño de merchandising	
Diseño de logo de la guía	
Mockups	
TOTAL SIN IVA	\$ 1.600,00

Tabla 4 “Presupuesto de creación de guía”

Autores: Isabel Lima y Juan Aldaz

Presupuesto de producción	\$ 700,00
Impresión(100 ejemplares)	
TOTAL SIN IVA	\$ 700,00

Tabla 5 “Presupuesto de producción de guía”

Autores: Isabel Lima y Juan Aldaz

Presupuesto de packaging	\$ 150,00
Diseño	
Caja	
3 Papeles de envoltura	
Empaque de pañitos húmedos	
TOTAL SIN IVA	\$ 150,00

Tabla 6 “Presupuesto de creación de packaging”

Autores: Isabel Lima y Juan Aldaz

Presupuesto de producción de packaging	\$ 1.500,00
Impresión (100 ejemplares)	
TOTAL SIN IVA	\$ 1.500,00

Tabla 7 “Presupuesto de producción de packaging”

Autores: Isabel Lima y Juan Aldaz

El presupuesto total de \$4000 toma en consideración el tiempo de investigación, conceptualización y diseño final, para la elaboración de 100 ejemplares piloto para la distribución en escuelas y colegios. Se espera que, con la producción a escala de los consecuentes ejemplares, el precio de producción disminuya para llegar a un mayor alcance sin disminuir la calidad del producto.

4.6 Aspectos comunicacionales

El proyecto tiene un trasfondo social muy fuerte, y trata de abordar una problemática muy común pero poco conversada. Puede ser lanzado a través de Nuna Humanista, una organización cultural ubicada en la ciudad de Ambato que busca impulsar y socializar proyectos que aporten a la sociedad.

Además, este proyecto puede ser postulado a International Design Awards (2023), una premiación hacia distintos campos creativos a nivel mundial. La postulación está abierta hasta el 31 de octubre del 2023, la categoría a la que se aplica nuestra propuesta es “PRINT” dando varias opciones de selección para visibilizar nuestro producto.

CAPÍTULO 5

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo de este proyecto, sustentado con la información recopilada mediante diferentes herramientas de investigación, nos permite concluir que encontrar la manera de hablar sobre estos temas sensibles pero fundamentales es igual de importante que la información que se quiere difundir. La pobreza menstrual se debe en gran parte a la falta de acceso a la información necesaria además de las deficientes situaciones en la que es impartida.

Como diseñadores tenemos una responsabilidad hacia el desarrollo de proyectos con intención, que generen soluciones a las problemáticas que afectan nuestra sociedad.

5.1. Conclusiones

El tema general del proyecto tuvo una acogida favorable, tanto como del grupo objetivo, como en las validaciones por parte de los profesionales que fueron consultados.

La tendencia de abordar temas sensibles que afectan a la sociedad o parte de ella debe ser mantenida con diferentes proyectos y objetivos que, a través de los estudios necesarios, den la base para el desarrollo de campañas más modernas e inclusivas, con la meta de resolver inquietudes y desigualdades en la población.

La orientación de la línea gráfica logró captar la atención e interés del grupo objetivo, tomando como referencias al aspecto social de la adolescencia, permitiendo así una relación cercana y familiar.

El enfoque social del proyecto permite abrir líneas de comunicación sobre un tema común pero sensible que afecta a la mitad de la población, permitiendo la conversación sobre una menstruación digna disponible para todas las mujeres.

5.2. Recomendaciones

Con base en los resultados y las validaciones obtenidas, se consideran las siguientes recomendaciones:

- Se sugiere trabajar en el tono comunicaciones de la infografía hacia un tono más coloquial y familiar, elaborando un texto narrativo, diferenciándose así de un texto expositivo.
- Se recomienda aumentar el enfoque en escuelas fiscales, donde la desigualdad económica tiene mayores ramificaciones en una menstruación digna.
- Se plantea el uso de redes sociales para la difusión de información y recomendaciones sobre la menstruación, de manera dinámica y entretenida para mantener la atención del consumidor de contenido.
- Se recomienda el uso de programas con la colaboración de marcas de productos de higiene femenina y similares con el objetivo de reducir el precio de producción, permitiendo así un mayor alcance y distribución.

AGRADECIMIENTOS

Mi más sincero agradecimiento a mi mamá, que me ha apoyado en cada paso que doy. A mis tíos y a mi abuelita que se han preocupado a pesar de estar lejos. Un agradecimiento especial a mi Lulu que aunque ya no está, me ayudó a llegar hasta aquí.

Con todo mi ser, Isabel.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, A. (2019). Period Poverty. *AMWA*, <https://www.amwa-doc.org/period-poverty/>.
- Arboleda, M. C. (2022). *UNICEF Ecuador*. Obtenido de <https://www.unicef.org/ecuador/comunicados-prensa/j%C3%B3venes-se-expresan-sobre-la-menstruaci%C3%B3n-y-llevan-sus-voces-la-asamblea>
- Balbuena, A., Moreno, N., & Rubilar, C. (2020). Impuestos sexistas en latinoamérica. *Trabajo y justicia social*, 14-15.
- Botello, A., & Casado, R. (2017). Significado cultural de la menstruación en mujeres españolas. *Ciencia y Enfermería XXIII*, 92.
- Cirino, R. (2022). *Universidade Federal de Goiás*. Obtenido de <https://fav.ufg.br/n/papo-calcinha?atr=en&locale=en>
- Clancy, M. (2023). Moodboard. *Milanote*, <https://milanote.com/guide/create-better-moodboards#:~:text=Moodboards%20are%20a%20collage%20of,Visualize%20and%20explore%20creative%20ideas>.
- Clue. (2016). *Hello Clue*. Obtenido de <https://helloclue.com/articles/culture/top-euphemisms-for-period-by-language>
- Córdova, A. (2021). *Plan International*. Obtenido de <https://plan.org.ec/pobreza-menstrual/>

DesignThinkingEspaña. (2023). Qué es un brainstorming y cómo te ayuda a generar ideas innovadoras. *Design thinking España*, <https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/que-es-un-brainstorming-y-como-te-ayuda-a-generar-ideas-innovadoras>.

España, D. t. (2023). Qué es un brainstorming y cómo te ayuda a generar ideas innovadoras. *Design thinking España*, <https://xn--designthinkingespaa-d4b.com/que-es-un-brainstorming-y-como-te-ayuda-a-generar-ideas-innovadoras>.

Gupta, J., Hamidaddin, A., Scolese, A. M., & Cardoso, L. F. (2021). *Period poverty and mental health implications among college-aged women in the United States*. BMC Women's Health.

Han, E. (11 de Enero de 2022). WHAT IS DESIGN THINKING & WHY IS IT IMPORTANT? *Harvard Business School*, págs. <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-design-thinking#:~:text=Design%20thinking%20is%20an%20extension,mastere d%20through%20practice%20with%20peers>.

Hennegan, J., Shannon, A., Rubli, J., Schwab, K., & Melendez-Torres, G. (2019). Women's and girls' experiences of menstruation in low and middle income countries: A systematic review and qualitative metasynthesis. *PLoS Medicine*, 21.

Humanos, A. C. (2022). High Commissioner for Human Rights statement on menstrual health. *United Nations*, <https://www.ohchr.org/en/statements/2022/06/high-commissioner-human-rights-statement-menstrual-health>.

Litman, J. (2018). Obtenido de <https://pha.berkeley.edu/2018/06/05/menstruation-stigma-must-stop-period/>

Löbach, B. (1981). Diseño Industrial: Bases para la configuración de proyectos industriales. En B. Löbach, *Diseño Industrial: Bases para la configuración de proyectos industriales* (págs. 137-139). Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S. A. .

Melo, M. F. (2023). *La gestión menstrual sin impuestos en el mundo*. statista. Obtenido de <https://es.statista.com/grafico/30064/paises-que-redujeron-o-eliminaron-impuestos-para-productos-de-gestion-menstrual/>

Miller, O. (2021). *UNICEF*. Obtenido de <https://gdc.unicef.org/resource/how-does-period-poverty-have-negative-effect-teenage-girls>

Ministerio de Defensa Nacional del Ecuador. (2021). Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Remenyi, D. (2012). Case Study Research. *Academic Publishing International*.

República, L. (2020). *La República*. Obtenido de <https://larepublica.pe/sexualidad/2020/03/18/menstruacion-formas-de-llamar-al-periodo-menstrual-en-america-latina-y-por-que-es-tabu-fotos-atmp>

- Sommer, M. (2009). Ideologies of sexuality, menstruation and risk: girls' experiences of puberty and schooling in northern Tanzania. *Culture, Health & Sexuality*, 389.
- Turner, V., Abrahams, R., & Harris, A. (1969). *The ritual process: Structure and anti-structure*. Routledge.
- U.Artes. (2023). *Graduada Mariuxi Alemán y alumna Eduarda Dávalos buscan con libro álbum resignificar el ciclo menstrual*. Guayaquil.
- UNESCO. (2014). *Puberty education & menstrual hygiene management*. Obtenido de <https://www.actionaid.org.uk/our-work/womens-rights/period-poverty#:~:text=Period%20poverty%20is%20a%20global,to%20community%20stigma%20and%20sanction>.
- UNFPA. (2022). Obtenido de <https://www.unfpa.org/es/menstruacion-preguntas-frecuentes#%C2%BFC%C3%B3mo%20se%20relaciona%20la%20menstruaci%C3%B3n%20con%20los%20derechos%20humanos?>
- UNICEF. (2018). *Estudio de Conocimientos, Actitudes y Prácticas sobre Agua (CAP), Saneamiento e Higiene en escuelas primarias y secundarias de los estados de Chihuahua, Guerrero, Chiapas y Oaxaca*. México: UNICEF.
- United, W. (2022). *World Bank*. Obtenido de <https://www.worldbank.org/en/topic/water/brief/menstrual-health-and-higiene>
- Universidade Federal de Goiás*. (Julio de 2022). Obtenido de <https://fav.ufg.br/n/papo-calcinha?atr=en&locale=en>

WaterAid. (2019). Obtenido de WaterAid:

<https://washmatters.wateraid.org/pt/publica%C3%A7%C3%B5es/bishest-a-campanha-menstrual-sa%C3%BAde-higiene>

Zárate, M., & Guerrero, G. (2022). *Pobreza menstrual en Ecuador: la importancia de proveer toallas sanitarias gratuitas para una menstruación digna*. Quito.

ANEXOS

