

SOY SANGRONA



Daniela Geovanny Lloreda Álvarez

11020161014

Docentes de Trabajo de Grado:

Dulima Hernández Pinzón

Juan Carlos Morales Peña

Iván Abadía Quintero

Trabajo de grado para optar al título de:

Diseñadora gráfica

Instituto Departamental de Bellas Artes

Facultad de Artes Visuales y Aplicadas

Programa de Diseño Gráfico

Yumbo

2022

AGRADECIMIENTOS

Gracias a **todas las sangronas** que hicieron posible el desarrollo de este proyecto.

A mi **Mamá**, mi **Abuela** y mis **hermanxs** por siempre brindarme su amor y apoyo incondicional.

A lxs **no sangrones**, **Los Tigres** y **El Joe**.

A **todas las mujeres** que me mostraron que la **energía femenina** es muy importante, valiosa y poderosa.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
OBJETIVOS	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
JUSTIFICACIÓN	9
ESTADO DEL ARTE	11
MARCO TEÓRICO	20
METODOLOGÍA	23
Fase 1: Indagación y recolección de información	24
Fase 2: Síntesis, análisis e interpretación de la información.	25
Fase 3: Diseño y prototipado de las piezas gráficas.	26
DESARROLLO DEL PROYECTO	28
CONCLUSIONES	43
REFERENCIAS	45
REFERENCIA DE IMÁGENES	47
LISTA DE FIGURAS	48
ANEXOS	50

RESUMEN

Soy Sangrona tiene como propósito contribuir a que se creen espacios de diálogo sobre la menstruación en personas jóvenes del municipio de Yumbo (Valle del Cauca), inicialmente asistentes a espacios como La Casa de la Mujer Empoderada y Colectivas feministas, buscando que sean espacios de charla en confianza.

El proyecto se desarrolló a partir de encuestas y entrevistas a personas entre los 14 y 60 años en el barrio Portales de Yumbo, quienes permitieron consolidar la idea de que no se le da importancia al diálogo sobre la menstruación, y su vez resaltar la necesidad de promover círculos de confianza. Lo anterior permitió plantear la estrategia de un *círculo de conversación* en el cual, a través de un podcast, un juego de mesa y comunicación digital en redes se permitió contribuir a la socialización de espacios seguros que promuevan el diálogo sobre la menstruación para así contribuir a solucionar dicha problemática en el municipio de Yumbo.

Palabras clave: Menstruación, diálogo, diseño de información, comunicación digital.

INTRODUCCIÓN

Soy Sangrona surge desde el interés personal por abordar tabúes existentes alrededor de la menstruación. Ya que desde el desconocimiento y la desinformación generalizada con respecto al ciclo menstrual, se llega a juzgar y discriminar a las personas menstruantes por un proceso natural de su cuerpo.

Debido a que este tema se maneja en privado por temor y vergüenza, la situación se agrava por desconocimiento social. Por lo anterior, desde el diseño gráfico se plantea una iniciativa que busca propiciar diálogos sobre la menstruación en personas jóvenes de Yumbo. Esto desde estrategias relacionadas con el diseño de información. Y apoyándose en entrevistas abiertas, encuestas, trabajo de campo y registro audiovisual.

Esta investigación toma en cuenta espacios emergentes del municipio, enfocados en feminismo y perspectiva de género, para así analizar la problemática y desarrollar resultados pertinentes para el público objetivo. Por lo que se propone la construcción de un circuito de conversación, el cual hace uso de distintas plataformas o medios de difusión.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El desconocimiento y desinformación generalizada con respecto a la menstruación es una realidad que aún existe. Es un tema que, por cuestiones culturales y religiosas, aún no se trata de una manera abierta, dejando toda la responsabilidad de adquirir el conocimiento de su manejo e higiene a la persona que menstrua, contribuyendo a que se creen prejuicios y señalamientos en su entorno. Pese a que son algunos días al mes, no es común que se tenga la posibilidad de hablar de este proceso físico con normalidad.

Respecto a lo anterior, la reportera Marcela Vargas escribe “La menstruación es un proceso fisiológico y social que cruza todas las capas de la vida de las personas menstruantes, que integran más de la mitad de la población. ¿Cómo puede mantenerse oculta de la mirada pública?” (Vargas, 2021, párr. 5). En concordancia con esto, la menstruación puede catalogarse como un tema poco usual para generar un comentario, una discusión o simplemente una anécdota de ello en público, puesto que puede generar incomodidades y causar escozor en las personas. Aunque se esté avanzando como sociedad, aún se evidencian este tipo de pensamientos retrógrados y conservadores en espacios cotidianos.

La revista Semana (2019) afirma “El problema es que sigue siendo un tema poco hablado y por eso mismo, existen muchas suposiciones falsas sobre él” (párr.1). No es una cuestión de quién está mejor o peor, es tener la consciencia de que es absolutamente necesario apoyar la normalización del tema y lograr empoderarse para así curar las cicatrices que han marcado en la vida de las personas menstruantes desde siglos atrás.

En general existen muchos silencios frente al tema, por lo que el problema principal dentro del cual se enmarca este proyecto es que **no se le da importancia a hablar sobre la**

menstruación. Y como se mencionó previamente, este hecho ha llevado a la ridiculización del tema, y a su vez a la perpetuación de tabúes, mitos, juzgamiento y discriminación a un proceso natural del cuerpo.

Por lo tanto, la pregunta a tratar en el proyecto es **¿Cómo desde el diseño gráfico, se puede propiciar el diálogo sobre la menstruación en personas menstruantes?**

OBJETIVOS

Objetivo general

Desarrollar una propuesta de diseño gráfico para propiciar diálogos sobre la menstruación en personas menstruantes.

Objetivos específicos

- Interpretar las percepciones que tienen algunos habitantes mayores de 14 años del municipio de Yumbo sobre el diálogo de la menstruación por medio de un sondeo y entrevistas estructuradas.

- Definir contenidos técnicos o de salud más relevantes sobre la información por medio de revisión bibliográfica y consultas con profesionales pertinentes.

- Elaborar prototipos de la propuesta gráfica con base a la selección de los medios, para propiciar los diálogos sobre menstruación a personas jóvenes menstruantes de Yumbo.

JUSTIFICACIÓN

El Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA, 2020) afirma que la desigualdad de género, las crisis humanitarias y las tradiciones nocivas, pueden tornar la menstruación como una etapa llena de estigmas y privaciones (párr.7), donde se comete el error de pensar que las personas tienen una capacidad física y emocional menor por sus ciclos menstruales, lo que está totalmente errado. A su vez es común que, en la mayoría de los países del mundo, aún se tenga la percepción de que es sucia y vergonzosa, lo que hace que se enfrenten a restricciones durante el sangrado, como no poder cocinar, asistir a espacios comunes, ir a la escuela, entre otros.

Es desacertada la idea de creer que es un tema que se debe manejar en voz baja y como algo que no se debe compartir. Es vital que se eduque e informe desde la auto aceptación y del compartir en familia, contribuyendo a generar empatía con los cambios que se generan a partir del ciclo menstrual, para no evadir la responsabilidad hasta cuando ya “llega la regla” y no se está preparado.

En Colombia se dice que la situación no es tan delicada con respecto a otros países, sin embargo una investigación de la UNICEF (2017) sobre la higiene menstrual en las niñas de las escuelas del área rural en el Pacífico Colombiano, señaló que de 204 niñas entrevistadas, la mayoría tiene un significado negativo sobre la menstruación, el 45% no sabe de donde proviene el sangrado, 1 de cada 4 niñas faltan a clases por diversas razones, el 63% prefiere quedarse en casa y el 32% prefiere no tener ningún contacto con otras personas. Otras razones son el miedo a mancharse en público, no tener accesibilidad o disponibilidad de toallas higiénicas, y sufrir fuertes efectos adversos en su salud que no les permite tener una buena concentración en el espacio educativo. Pero lo realmente grave de toda esta situación es que ni la población, ni la

escuela, ni el gobierno se ocupan de educar a estas poblaciones sobre el tema. Las personas siguen burlándose de una persona cuando menstrua y la obligan a callar cuando intenta alzar la voz para manifestar las inconformidades que le han obligado a tener sobre su propio cuerpo.

Si fuera por pudor a la sangre en sí misma, diría que la vemos a diario en la tele, en todos los noticieros. Vivimos en un mundo violento donde la sangre es moneda corriente y el morbo algo incentivado comunicacionalmente. Entonces, la pregunta surge por sí misma, ¿Por qué la sangre de muerte y violencia es expuesta a diario frente a nuestros ojos y la sangre de vida y fecundidad es ocultada? ¿Que expone la menstruación? ¿Qué desarticula de lo establecido? (Violeta del Rio, 2017, p.2).

Desde una visión personal de mujer menstruante, feminista y habitante del municipio de Yumbo, Valle del Cauca, la importancia del presente proyecto es abrir un espacio de diálogo en la población mencionada, para exponer la necesidad de hablar sobre la menstruación, generando un espacio de charla, promoviendo conocimientos mínimos para asumir el tema con naturalidad, respeto y sobre todo desde la empatía, algo que no se ha visto en esta población ya que la educación escolar sobre ello es demasiado básica. También es importante apoyar los diferentes escenarios que actualmente existen en el municipio, como el nacimiento de colectivas feministas y la recién inaugurada casa de la mujer empoderada, en los que se busca charlar para contribuir a la normalización del tema.

ESTADO DEL ARTE

Esta sección expone una serie de referencias gráficas que apoyan el proceso de conformar una discusión respecto a la temática y a su vez encaminar la línea gráfica del proyecto. Para esto se revisaron publicaciones como investigaciones sociológicas, proyectos editoriales experimentales y fanzines que hablan puntualmente sobre la menstruación, explorando el campo audiovisual y gráfico, para generar una experiencia diferente de abordar el tema de la menstruación en los jóvenes por medio del juego, la ilustración, entre otras propuestas gráficas.

En primer lugar, para la recolección de información y conceptos, se tomó como referente la investigación de la socióloga Sofia Cardozo (2015) *Ciclo menstrual: Una perspectiva sociológica*, en la cual, a partir de perspectivas sociológicas, como semióticas y antropológicas, mediante una investigación cualitativa para la recolección de información y evidencia empírica por medio de grupos de discusión y entrevistas en profundidad (p. 1), se dividió el proyecto en dos dimensiones. La primera según Cardozo (2015) se encarga de “registrar la forma en que la publicidad comunica ciertas prácticas vinculadas a la higiene femenina” (p.5). En este apartado, el análisis se basa en spots publicitarios televisados en Uruguay en distintos años, en los que se determina que, aunque la publicidad haya avanzado con el tiempo, sigue conservando mensajes negativos respecto a la menstruación, perpetrados desde una perspectiva machista llena de tabú.

La segunda visión, en palabras de Cardozo (2015) “determina la construcción social general que existe sobre el concepto de menstruación” (p.5), a través del análisis de discursos de hombres y mujeres, en el que ahonda en las expresiones y significados que se le dan al ciclo, lo que logra determinar que los hombres en su mayoría coinciden en que nunca recibieron algún tipo de explicación y enseñanza sobre el ciclo y la menstruación. Por otro lado, se encuentra la

relación entre la mujer y su propia menstruación, en la investigación se define con varios puntos fundamentales que se relacionan entre sí. Principalmente se destaca que no hay información concreta y no se concientiza a la mujer sobre lo que pasa en esos días, también está la medicalización, lo que perpetúa la idea de que la menstruación es una “enfermedad” por lo que debe ser tratada como tal y por último el masivo consumo de todo tipo de productos para ocultar la menstruación. Estos factores que son normalizados en la cultura contribuyen a procesos que van aportando a la desconexión de la mujer con su ciclo y al mismo tiempo con su cuerpo.

La desconexión que las mujeres tienen actualmente con su ciclo menstrual responde principalmente al desconocimiento que existe sobre este, a la idea de que lo más importante es minimizar los efectos que este ciclo natural tenga sobre sus cuerpos y sus vidas. (Cardozo, 2015, p.14)

Por otro lado, con respecto a la búsqueda de espacios de diálogo y formatos diferentes, el escritor e ilustrador David McKee (1995) presenta *El baño de Elmer*, un libro infantil dirigido a niños de 4 a 6 años que hace parte de una colección del mismo personaje, un elefante colorido que es distinto a todos los demás y vive diferentes aventuras. Este libro particularmente habla de cómo él toma un baño con sus amigos. Este es un material que se utiliza como herramienta para hablarle a los niños sobre la importancia de bañarse, está compuesto por 6 páginas muy coloridas, con textos cortos y fuentes tipográficas de tamaños grandes.



Imagen 1. Fotografías del libro *El baño de Elmer*, David McKee, 1995.

La realización lo convierte en un producto editorial diferente y experimental ya que el material en el que está hecho es de plástico relleno de espuma, brindándole al niño una experiencia sensorial diferente, más amigable y divertida, dando la oportunidad de que se abran otros espacios de lectura, lejos de los convencionales, como una biblioteca, en este caso la ducha.

En la misma línea del editorial, otro libro importante para guiar la comunicación y la forma en que va a hablar el proyecto es *#Amigadatecuenta* (2018) libro escrito e ilustrado por Andonella y Tamara De Anda, que habla enteramente de la mujer, de ser y crecer en la sociedad actual, con contraste de temas que van desde la salud hasta el feminismo. Las ilustraciones hacen que parezca que está dirigido a una población infantil, pero realmente es un libro de interés para todos. Trata temas de los que nadie quiere hablar ya que son considerados tabú, hablan sobre el cuerpo femenino, el ciclo menstrual, la sexualidad y el feminismo, todo enfocado principalmente a adolescentes de su entorno.

El lenguaje con el que son expresadas las ideas es bastante sencillo, ya que su público son los adolescentes y después el mundo en general. Comparten sus experiencias en torno al

feminismo con su mismo cuerpo, exponiendo lo que conlleva ser mujer y cómo se sobrevive en la sociedad. Es un editorial que maneja mucho las ilustraciones, la paleta de color es cálida y llena de colores vivos, lo que la hace atractiva al lector. Está llena de personajes para explicar y amenizar la información, dando la visión de un libro infográfico.



Imagen 2. Extractos de páginas del libro #Amigadatecuenta, Plaqueta & Antonella, 2020.

Por otro lado, en la línea editorial experimental, se encuentran dos fanzines que hablan directamente de la menstruación. El primero de la estudiante Cláudia Kjolner, titulado *El ciclo menstrual* (2018), en el cual se logra integrar el diseño editorial experimental con una investigación sociológica y de autoanálisis. El objetivo es analizar el ciclo menstrual, descubrir

lo que significa para ella y cada mujer, siguiendo la opinión de cada persona sin generalizar, evidenciando cómo percibe cada mujer su menstruación. Por medio de entrevistas a 50 mujeres, profundiza en temas relacionados con los cambios de humor, emociones psicológicas y físicas. Muestra los contrastes de cada mujer ya que para todas es diferente cada día del ciclo. En su trabajo usa explícitamente frases que dice cada mujer, también la retórica visual para representar cada experiencia busca mostrar el contraste de cada encuestada con fragmentos de las entrevistas para especificar los síntomas de cada una y su experiencia.

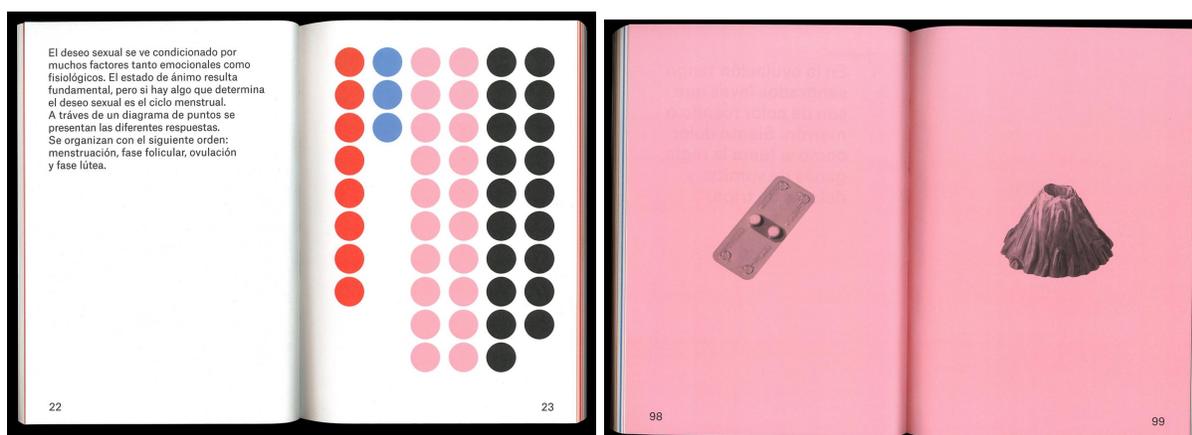


Imagen 3. Extractos de páginas del fanzine *El ciclo menstrual*, Cláudia Kjolner, 2018.

El segundo es *Cíclica* (2019) un fanzine basado en el libro de la pedagoga de la menstruación Erika Irusta, titulado *Diario de un cuerpo* (2016). La creadora del fanzine Luzia Con Zeta, toma fragmentos con los que compone su pieza, resaltando el silencio que hay alrededor de la menstruación y los cuerpos que sangran pero que deben hacerlo en secreto, ella espera ser un aporte para romper ese antiguo silencio. Los fragmentos se basan en relatos de mujeres acerca de su menstruación y cómo se sienten con ella, estos textos de color rojo están diagramados sobre páginas color rosa y sobre ellos como un error intencional, manchas de color rojo que irrumpen en la página dando la sensación de que fuera la sangre de la mujer

manchándola. Estos tres elementos forman una paleta de color bastante limitada, pero que logra comunicar y transmitir feminidad y evoca directamente a la menstruación.



Imagen 4. Extractos de páginas del fanzine *Cíclica*, Luzia con Zeta, 2019.

Teniendo como parte fundamental del proyecto la creación de espacios de confianza, es importante resaltar las experiencias diversas y la idea que la menstruación no es igual para todas las personas. El siguiente referente es una visión expresada de manera audiovisual, de la forma en que se puede hablar de un tema de otra manera y la importancia de la creación de un personaje para iniciar las conversaciones con el público. *Eres una caca* (2017) de la periodista Lula Gómez es una web serie que es difundida en plataformas como Instagram y YouTube, que busca por medio del humor feminista, la visibilización y el desmonte de los comportamientos machistas que están normalizados en la sociedad.

Bajo la premisa que plantea Gómez (2017) de que “cada capítulo tiene que ser sencillo y realizable”, la serie animada en la técnica de Stop Motion, está compuesta por capítulos de una duración entre 20 a 30 segundos cada uno. La producción de todos es la misma, uno o varios personajes de plastilina con forma de “caca” con caras definidas por ojos y boca, sobre fondos planos color pastel, que hablan o comentan alguna frase del machismo cotidiano, cuando termina

es aplastada por un pie y finaliza con la cortinilla, compuesta por un texto con el nombre de la serie, que también es pronunciado con una voz cantado. “Así que cacas, machismo, y pisada final... ¡Justicia!” , añade la creadora.

Es evidente que las mujeres necesitamos más espacios de expresión honesta en los que podamos expresarnos como clase, porque hay muchas mujeres que ven la serie como un canal de desahogo, como una vía para hacer catarsis, algo en lo que el humor tiene mucho que ver también. Para mí también es una buena manera de canalizar la rabia. (Gómez, 2017, párr. 4)

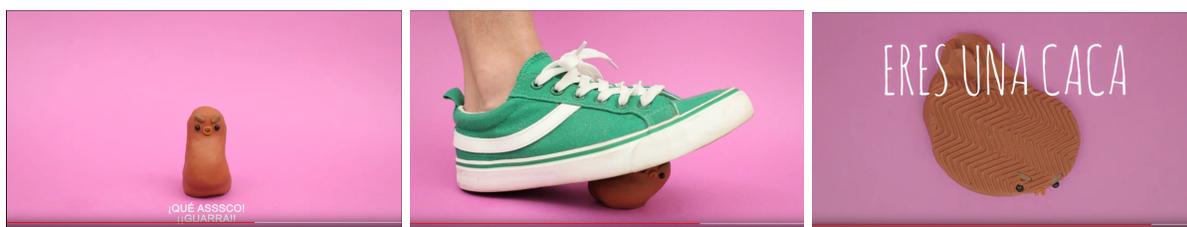


Imagen 5. Fotogramas de la serie animada *Eres una caca*, Lula Gómez, 2017.

Continuando con la idea de espacios para dialogar hay dos proyectos que, a partir de una premisa generan espacios para conversar de temas específicos. El primero es creado por la Subgerencia Cultural del Banco de la República de Colombia y se titula *La paz se toma la palabra* (2017), en el que a raíz del proceso de paz en Colombia que inició en el 2012 para tratar el conflicto armado, se creó el proyecto en el que, por medio de exposiciones, bolsas de juegos y actividades, maletas viajeras de libros, ciclos de conferencias y podcast, buscan retratar la paz en Colombia desde diferentes perspectivas cotidianas, críticas y creativas.

Todas las herramientas son implementadas por mediadores, en busca de invitar a las personas a crear diálogos y conciencia de la paz, a través de bibliotecas, centros culturales,

escuelas, barrios y hogares. Los mediadores son líderes de sus propias comunidades, que crean contenido a partir de sus realidades territoriales e historias de paz, para compartirlas con otros mediadores y darlas a conocer en el resto del país. La red cultural está en toda Colombia, impartiendo la idea de que el ejercicio de la palabra es un buen punto de encuentro y transformación con el otro, por lo que crearon baúles de herramientas, para que las personas compartan sus conocimientos y logren aplicarlos en otras regiones y crear comunidades de paz.



Imagen 6. Registro fotográfico del proyecto *La paz se toma la palabra*, Subgerencia Cultural del Banco de la República de Colombia, 2017.

Por otro lado, enfocado directamente en la menstruación y las mujeres, está el proyecto de la gestora Mónica Home titulado *Carpas Rojas Colombia* (2013), el cual está inspirado en las novelas *La Tienda Roja* (1997) de Anita Diamant y *Carpa Roja cerca a su barrio* (1992) de DaAnna Lam. En este proyecto se motiva a la reunión de mujeres para hablar sobre su menstruación y compartir entre todas experiencias, rituales o remedios para los síntomas del ciclo menstrual. La forma de reconocer el espacio es gracias a que han mantenido la tradición de que donde se haga esta reunión debe de estar ambientado con telas, almohadas, tapetes y demás elementos necesarios para la comodidad de las asistentes, pero siempre todo debe ser de color rojo, para denotar el color de la menstruación y así mostrar la fuerza de la reunión de las mujeres. En Colombia se abre este espacio en el año 2013 en la ciudad de Cali, Valle del Cauca y las

promotoras del proyecto lo definen como “un espacio donde se promueve, orienta, organiza, facilita y difunde la realización de otras carpas rojas en todo el territorio colombiano” (párr.1).



Imagen 7. Registro fotográfico del proyecto *Carpas rojas Colombia* (2013) por Laura Daniela Rey Acosta.

El último referente de creación es el juego de mesa creado por Daniela Gilsanz y Ryan Murphy titulado *The Period Game* (2014), el cual tiene como intención acabar con el tabú de la menstruación. Siendo conscientes de que las formas de aprender actualmente son diferentes, crearon el juego en forma de útero que a medida que van avanzando en las casillas les enseña a las personas de qué se trata todo el ciclo menstrual de una manera más divertida.



Imagen 8. Juego de mesa *The Period Game*, Daniela Gilsanz & Ryan Murphy, 2014.

Todos estos referentes visuales logran fortalecer las bases para crear nuevos espacios de confianza que se construyen a través del proyecto Soy Sangrona, en el cual se espera que charlar sobre la menstruación sea algo cómodo.

MARCO TEÓRICO

Para lograr el propósito anterior, el proyecto se debe edificar desde una base conceptual y teórica, de este modo, se dará a continuación una contextualización de cada uno de los conceptos pilares que ayudaron a constituir el proyecto. Como tema principal se encuentra *la Menstruación*, la cual es definida por la Doctora en Bellas Artes, Miriam Garlo (2014):

Quando la sangre menstrual aparece indica un punto, una parte del proceso cíclico que cada cuerpo menstruante experimenta de forma diferente; pero donde en todos ellos se asiste al desprendimiento de sedimentos y depósitos que se alojaban en las paredes uterinas. Estos, a modo de colchón mullido, se construyeron previamente para alojar una nueva vida en el supuesto de que el óvulo fuera fecundado. (Garlo, 2014, párr.7)

Pero es innegable que, a este proceso natural del cuerpo, la sociedad se ha encargado de convertirlo en un tema totalmente estigmatizado, por lo que es adecuado también definir la menstruación desde el concepto de Tabú en las sociedades actuales. Respecto al tabú relacionado con aspectos espirituales y religiosos, Garlo (2014) escribe:

Algunas religiones indican que el origen de la impureza femenina proviene de la matriz, porque se considera a esta como desagüe o cloaca, donde se acumulan los despojos y residuos abyectos del cuerpo menstruante. Acorde a estos parámetros, la sangre menstrual es otra cosa más que infecta. Es importante matizar que las sociedades de perspectiva androcática, tienden a establecer un invisible vínculo específico entre el cuerpo abyecto y el cuerpo menstruante. (Garlo, 2014, párr.7)

En la misma línea de entender de qué se trata menstruar, es importante esclarecer que al ser un tema que ha sido marginado y oculto, ha sido parte de la historia por medio del arte, pues existe entre el arte y la sangre un íntimo vínculo que proviene de tiempos ancestrales. En la actualidad, mediante avances tecnológicos, además de numerosas teóricas, se confirma que las primeras pinturas rupestres fueron desarrolladas específicamente a partir de un pigmento natural, la sangre menstrual. Estas primeras representaciones surgieron de la necesidad de generar y compartir conocimiento, retratando la fauna, la flora, los rituales y distintas situaciones de la época. Por lo que la menstruación se encuentra implicada en la relación entre el arte y el conocimiento. Sin embargo, las violencias patriarcales han provocado que este vínculo haya perdido su carácter sagrado.

La importancia de visibilizar estas realidades es que se concientiza y se motiva a crear posibles soluciones con el conocimiento adquirido. Efecto similar al que produce el diálogo, pues se amplía la propia perspectiva, a partir de comprender mejor las vivencias ajenas. Pérez et, al. (2009) proponen utilizar el diálogo como herramienta entre las personas para prevenir y resolver los conflictos y diferencias que hay entre ellas (p. 190).

De acuerdo con el ensayo de la UNICEF (2009) *Importancia del diálogo para la prevención de conflictos y la construcción de paz*, el diálogo es un proceso que motiva la inclusión, pues le apuesta a la interacción de distintas voces, para establecer una idea general sobre problemáticas de un contexto específico. Al dar cabida a la diversidad de opiniones, se incentiva a que se aborden los desafíos y se propongan soluciones.

El diálogo como concepto, no se limita al proceso de conversar, abarca a su vez el escuchar, el reflexionar y el replantearse el cómo me expreso. Por lo que la empatía es de suma importancia en los espacios que motiven el diálogo. Siendo uno de los puntos centrales de la

investigación. Según el filósofo Daniel Goleman (1995) “La empatía se construye sobre la conciencia de uno mismo; cuanto más abiertos estamos a nuestras propias emociones, más hábiles seremos para interpretar los sentimientos y las preocupaciones de otras personas” (s/p).

Es esencial brindar espacios seguros y respetuosos, donde las personas puedan expresarse de una manera libre, teniendo en cuenta que la verbalización ayuda a las personas a construir su realidad. En distintos contextos no se cubren estas necesidades, y las alternativas existentes como lo serían los medios de comunicación, son insuficientes para brindar los factores mínimos para realmente generar un diálogo, lo que agrava la situación.

Como lo menciona Violeta del Rio (2017), en los medios de comunicación, tan solo se aborda la menstruación desde las empresas que fabrican dispositivos destinados a la higiene. Y en la cotidianidad, los mensajes tienen que ver con que “no se vea”, con ocultar síntomas para continuar con la productividad. Exceptuando algunos mensajes provenientes del ámbito de la salud, no existen espacios comunicacionales donde el tema fluya, como fluye la sangre todos los meses en los cuerpos con la capacidad de gestar. (p.2)

En cuanto al enfoque, se identifica que, para la posible resolución de esta problemática, se podría abordar desde el diseño de información, que según el autor Jorge Frascara (2011) su propósito se centra en la recolección de hechos y datos verificables, transformando dicho conocimiento en una herramienta útil para ser usada por la sociedad en la comprensión de sí misma y la cultura (p.23). Es así como según Frascara (2011) el problema central del diseñador de información es la creación de medios que sirvan a las personas para aprender, recordar, actuar, interactuar y satisfacer sus necesidades (p. 57).

METODOLOGÍA

Método de trabajo Soy Sangrona	
Fase 1	Indagación y recolección de información
Objetivo	Reconocer y definir las percepciones comunes que existen entre la población Yumbena alrededor del diálogo sobre la menstruación
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> ● 1. Sondeo a la población femenina Y masculina del barrio Portales de Yumbo, mayores de 14 años. ● 2. Entrevistas abiertas a 6 personas entre mujeres y hombres, de 3 diferentes rangos de edad, juventud adultez y vejez 2 por cada uno.
Fase 2	Síntesis, análisis e interpretación de la información.
Objetivo	Conceptualización de ideas, que conduzcan a la definición de la estrategia para la solución del problema planteado.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> ● 1. Definir el tono de la comunicación que tendrá el proyecto, con relación al público objetivo ● 2. Definir la estrategia que será el responsable de dar respuesta a la pregunta del proyecto.
Fase 3	Diseño y prototipado de las piezas gráficas
Objetivo	Prototipado de todas las piezas de diseño, se plasmarán gráficamente los conceptos obtenidos en las fases anteriores.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> ● 1. Definición de la línea gráfica ● 2. Prototipado de las piezas gráficas y digitales, desde la bocetación, redacción de la información, diagramación y maquetación de elementos.

Imagen 9. Desglose del método de trabajo para el proyecto Soy Sangrona, 2020.

El proyecto Soy Sangrona, se planea en 3 fases, apuntando al desarrollo de los objetivos:

Fase 1: Indagación y recolección de información

Como objetivo de esta fase se espera reconocer y definir las percepciones comunes que existen entre la población yumbeña alrededor del diálogo sobre la menstruación. La primera actividad por realizar es una encuesta a modo de sondeo entre la población del barrio Portales de Yumbo, para conocer qué tan importante es para ellos hablar sobre la menstruación.

El sondeo se realizará a la población masculina y femenina en edades de los 14 años en adelante, y se proyecta obtener percepciones comunes sobre los tabúes con relación a la menstruación. Dicho cuestionario se hace de forma verbal, con toma de apuntes y registro por parte del encuestador. La hoja de la encuesta está compuesta por la edad y el género del encuestado, por otra parte, con el fin de lograr captar las expresiones y sentires de las personas al escuchar las preguntas, contiene un semáforo de emociones. La noción del semáforo ofrece un conjunto de pasos para lidiar con problemas en la gestión de emociones, de una forma más mesurada. (Goleman, 1995, s/f).

De acuerdo con lo anterior, se realizan 13 preguntas que han sido fraccionadas en 5 categorías, que solo sabe la encuestadora, para facilitar la identificación de las problemáticas:

Romper el hielo: Esta primera categoría servirá como ayuda para conocer la primera impresión y el interés sobre el tema, su reacción será marcada en la hoja según los círculos de colores del semáforo de emociones.

Entorno: La segunda categoría tiene como finalidad identificar qué tanto está expuesto el encuestado a hablar sobre la menstruación.

Tabú: Esta categoría busca directamente reconocer cómo se refieren a la menstruación y si consideran importante que se hable.

Educativo: La función de la categoría es saber si la persona ha recibido información sobre la menstruación y donde debería darse.

Conclusión: Es la última categoría de la actividad 1, en la que se podrá conocer si la encuestada alguna vez le han hecho preguntas similares y un rango de comodidad sobre el diálogo del 1 al 5, donde el 1 es para nada cómodo y el 5 totalmente cómodo.

Estas preguntas tienen como objetivo resumir de manera general los puntos más comunes donde se puede identificar la importancia y la comodidad de las personas para hablar sobre la menstruación.

Para finalizar esta primera fase de indagación y recolección de información, en la segunda actividad se hace registro audiovisual de entrevistas abiertas a 6 personas entre hombres y mujeres de 3 diferentes rangos de edad, juventud (14-26) adultez (27-59) y vejez (60-mas), 2 por cada uno, con la idea de que las generaciones y etapas de la vida diferentes brinden sus experiencias y pensamientos sobre la menstruación.

Las preguntas base que se le hacen a las personas en dicha entrevista son en relación con las 5 categorías aplicadas en el sondeo y pueden variar de acuerdo a la conversación. Antes de concluir esta fase, después del análisis de la información, se extraen las percepciones generales que serán los pilares del proyecto.

Fase 2: Síntesis, análisis e interpretación de la información.

El paso por seguir en esta fase se divide en 2 objetivos, a partir de toda la información recolectada, se toman los puntos más importantes para llegar a la conceptualización de ideas, que conduzcan a la definición de la estrategia para la solución del problema planteado.

En la **Actividad 1** la intención es definir el tono de la comunicación que tendrá el proyecto, con relación al público objetivo, en este caso personas menstruantes (14-26 años)

asistentes a espacios como la casa de la mujer empoderada y colectivas feministas del municipio de Yumbo, Valle del Cauca.

La **Actividad 2** tiene como finalidad definir la estrategia que será la responsable de dar respuesta a la pregunta del proyecto, a partir de la síntesis de las percepciones comunes sobre el diálogo de la menstruación y demás datos que se obtuvieron del sondeo y de las entrevistas abiertas, sacando conclusiones de lo obtenido.

Fase 3: Diseño y prototipado de las piezas gráficas.

En esta fase del proyecto se dará paso al prototipado de todas las piezas de diseño, donde se plasmarán gráficamente los conceptos obtenidos en las fases anteriores. Esta como última etapa del proyecto, acudirá a la definición de una línea gráfica, por lo que se propone la realización del moodboard, pieza que servirá para seleccionar los referentes gráficos, la definición de la paleta de color y selección de las posibles técnicas que se utilizaran, haciendo pruebas con distintos materiales y eligiendo técnicas que se asocien a los conceptos anteriormente planteados.

En la **Actividad 1**, la definición de la línea gráfica dará material para la creación del identificador gráfico del proyecto. Paralelamente se iniciará la selección de las tipografías para el identificador. La bocetación análoga y la composición digital, serán los pasos finales para obtener la identidad gráfica del proyecto.

La **Actividad 2** se utilizará para definir los componentes de la propuesta comunicacional del proyecto, se establecerán los medios que constituirán la propuesta, esto se hará buscando referentes de soluciones a problemáticas de comunicación similares, también es importante

analizar el comportamiento de la población seleccionada en el espacio a trabajar, y por último seleccionar los medios de difusión que mejor funcionen con el público objetivo.

En este punto también se deben establecer los recursos de la propuesta, de igual manera estudiar referentes similares, analizando la funcionalidad de ciertos formatos según los medios elegidos, eso dará paso a que se elijan los recursos que se utilizarán en el producto final. Lo que dará cuenta de todo el proceso y la resolución del problema del proyecto, será el prototipado de las piezas gráficas, desde la bocetación, redacción de la información, diagramación y maquetación de elementos.

DESARROLLO DEL PROYECTO

Los resultados del proyecto responden a las 3 fases planteadas en la metodología, con sus respectivos objetivos y actividades.

De Acuerdo con la **Fase 1: Indagación y recolección de información**, se realizaron entrevistas y un sondeo a habitantes de Yumbo. El sondeo constó de 13 preguntas, y se aplicó la encuesta a 64 habitantes del barrio Portales de Yumbo, de las 100 personas que se habían programado, pero no fue posible debido al decreto de aislamiento por la pandemia.

Se imprimieron los formatos de las encuestas, ubicándolos en una tabla que llenó de manera análoga la encuestadora. Para luego hacer un recorrido por el barrio, encuestando a personas de manera espontánea, evitando predisposiciones ante las preguntas y observando reacciones ante el tema. Los resultados de esta actividad se encuentran en el blog.

(<https://diariodeunasangrona.wixsite.com/diariosangrona>).



Imagen 10. Registro fotográfico del sondeo para el proyecto Soy Sangrona, 2020.

Para la segunda actividad, se realizaron entrevistas abiertas, entre hombres y mujeres, de 3 rangos de edad, juventud (14-26), adultez (27-59) y vejez (60-más). Esto con la idea de abarcar diferentes generaciones, las cuales brindan sus experiencias y pensamientos sobre la menstruación. Las entrevistas se registraron de manera audiovisual.



Imagen 11. Fotogramas del registro audiovisual para Soy Sangrona, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2020.

Al analizar los resultados de las actividades anteriores, se encuentra que los habitantes encuestados del barrio Portales de Yumbo, no hablan de menstruación y expresaron en su mayoría haber sido encuestados por primera vez sobre el tema. Las respuestas evidencian que el tema aún es tabú y causa mucha vergüenza. Por otra parte, las mujeres resaltaron que, para hablar del tema, necesitan a alguien de confianza, y que no conocen de espacios para hablar de la menstruación en Yumbo, Valle del Cauca. Otro factor a resaltar es que la educación en casa y en las escuelas es muy escasa, a pesar de ello se evidenció en los jóvenes cuentan con mayor disposición para hablar sobre el tema.

Percepciones más relevantes

- Los jóvenes están más dispuestos a hablar del tema
- La empatía y el respeto son fundamentales para el desarrollo de las conversaciones
- Es importante que para tratar el tema debe ser con alguien de confianza
- No se habla del tema, aún causa vergüenza
- La educación, actualmente es muy poca
- Los mitos y el tabú aún están presentes
- No hay espacios actualmente en Yumbo sobre el tema

Imagen 12. Percepciones más relevantes, fase 1 del proyecto Soy Sangrona, 2020.

Adicionalmente, en esta fase se asistió a diferentes actividades de grupos de mujeres. Por un lado, con el grupo Las Carpas Rojas de la Ciudad de Cali, justo cuando se conmemoraba el día de la menstruación. Por la problemática causada por la pandemia del COVID-19, se realizó el encuentro de manera virtual. El círculo se trataba de reunir con otras mujeres para hablar de la menstruación, en esa ocasión se tocaron temas como los mitos, la desconexión de la mujer con su cuerpo y se hicieron cortos rituales de bienvenida y despedida.

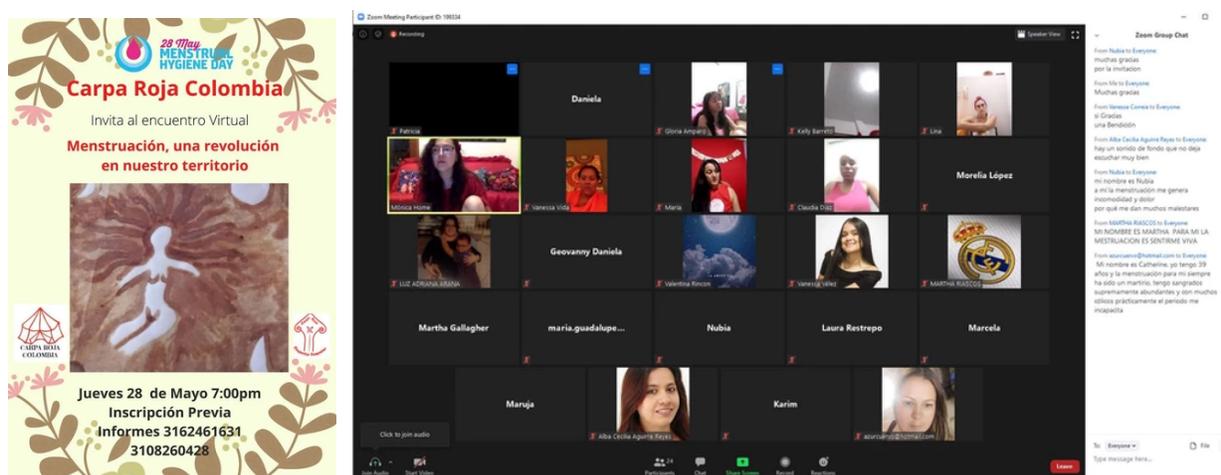


Imagen 13. Reunión virtual con Las Carpas Rojas, 2020.

La participación en estos espacios brinda la oportunidad de corroborar que aún está muy presente el desconocimiento de algunas mujeres sobre su propio cuerpo, sangrado y ciclo menstrual. Lo que ha causado en ellas malestar y poca conexión con ese proceso natural. Algo más a resaltar, es que a partir de la creación de estos espacios de diálogo, se logra que personas menstruantes puedan brindar su conocimiento y experiencias a otras, ayudándoles a verla de una manera diferente y lograr que sea un tema cotidiano en su vida.

Por otro lado, la participación al taller *Háblate bonito*, un espacio exclusivo de mujeres, en el cual se hicieron cortas actividades para mejorar la comunicación consigo misma. De esta

experiencia se reconoció la importancia de las juntanzas, para guiar a mujeres en el proceso de sentirse cómodas al hablar de cómo se sienten.



Imagen 14. Taller Háblate bonito, 2021.

Por último, la visita a La Casa de la Mujer Empoderada, un lugar en Yumbo donde brindan a las mujeres espacios seguros desde lo judicial. Hasta el momento no brindan espacios como conversatorios donde se aborde la menstruación, pero es importante la visita, pues se reconoció lo que sucede en el espacio y se consolidaron oportunidades para realizar cualquier actividad del proyecto, contando con su apoyo. La relatoría de las actividades mencionadas se encuentra en el blog *Diario de una sangrona*.

Para la **Fase 2: Síntesis, análisis e interpretación de la información**, se define la comunicación del proyecto de acuerdo a la población elegida (jóvenes entre los 14 a los 26 años). Incluyendo el nombre del proyecto, pretendiendo que sea original y que pueda generar incomodidad. Por ende, las características de la elección deben reflejar irreverencia, rebeldía, fuerza y libertad. Así se elige a *Soy Sangrona*. El cual es un juego de palabras entre el acto

literal de la vagina que sangra y la expresión que se utiliza para referirse a una persona imprudente o molesta.

La resolución de la problemática que plantea el proyecto se dará por medio de eventos presenciales como juntadas o talleres, debido a que Yumbo es un municipio que cuenta con nuevos espacios culturales de convergencia juvenil. Y a pesar de que en estos espacios se presenta una buena participación de personas, es importante complementar con estrategias digitales, para de este modo estar presente en los medios que predominan entre los jóvenes y así complementar la información, llegando a más población.

La segunda meta tiene como finalidad definir los contenidos del proyecto, a partir de las percepciones obtenidas. Entre las percepciones que se destacan de la investigación, se encuentra la figura de *alguien de confianza* para hablar del tema, lo que se conecta con la idea de crear espacios de diálogo seguros, pues es evidente la necesidad de las personas menstruantes de hablar del tema, por lo que la empatía juega un papel importante en el hecho de conocer las diversas visiones que pueden existir.

Gracias a estos puntos, el proyecto se define como un *Circuito de Conversación*, en el que las personas podrán charlar sobre la menstruación. El circuito estará compuesto por un juego de mesa llamado ***La Preguntona***, donde se proponen preguntas desde diferentes visiones, ya sean más educativas o personales. Esta herramienta estará dirigida a proponer espacios de conversación en Yumbo, como en La Casa de la Mujer Empoderada o con colectivas feministas.

Algunas de las preguntas planteadas en el juego, serán respondidas por medio del formato de pódcast, llamado ***La Charlona***, donde en cada episodio se conversa con personas menstruantes sobre sus experiencias de vida. La tercera parte del circuito serán publicaciones

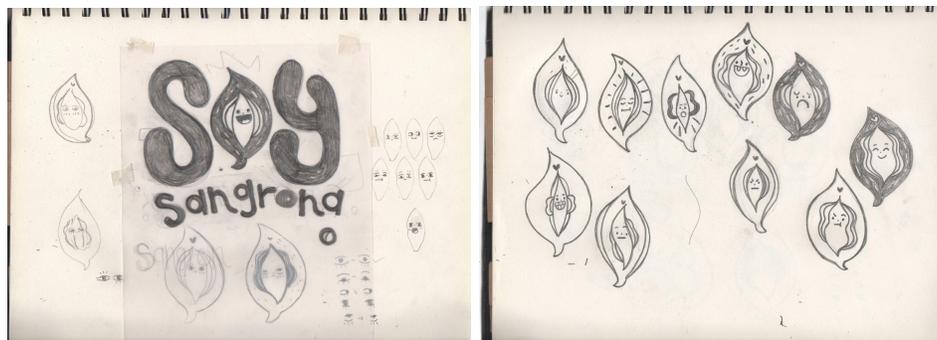


Imagen 16. Primer boceto del identificador y exploración del personaje, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.



Imagen 17. Selección del personaje y primer acercamiento digital, se sustituye la O con el personaje,

Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.

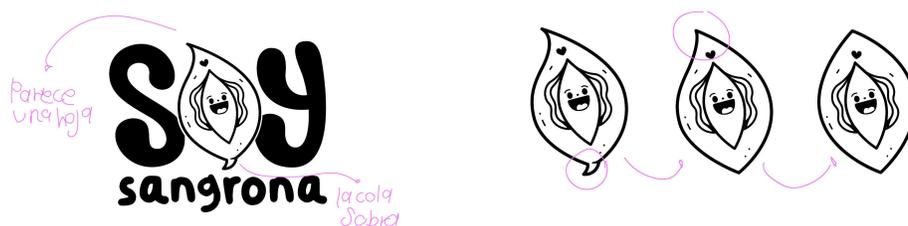


Imagen 18. Última exploración de forma y tipografía, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.



Imagen 19. Forma final del identificador en blanco y negro, en positivo y negativo,

Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.

Se diseñan personajes identificadores para cada parte del circuito de los cuales están: La Charlona, personaje del juego de mesa con forma inspirada en el útero, La Preguntona, el personaje del podcast el cual es un cuco manchado, y La Copa, El Tampón o La Toalla que son personajes complementarios para la identidad.

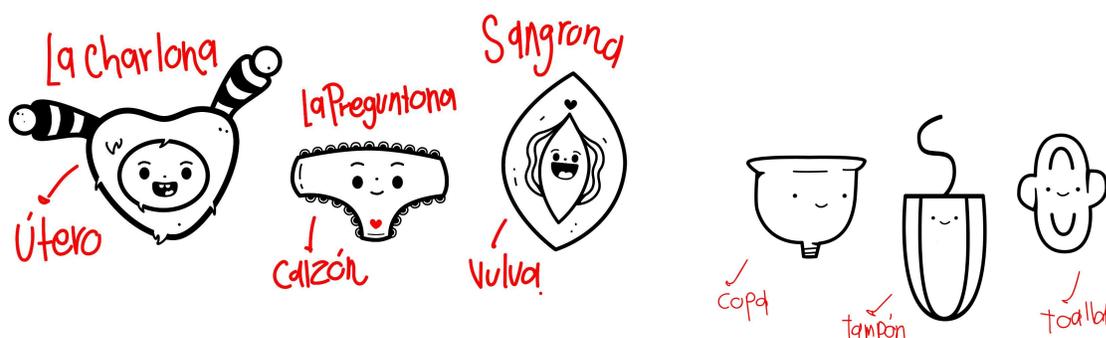


Imagen 20. Diseño final en blanco y negro de identificadores para cada parte del circuito,

Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.

Por último, el identificador en la versión a color con la línea gráfica que tendrá el proyecto, texturas de telas de peluche y patrones compuestos por los personajes

complementarios. Los colores fueron elegidos en tonalidades rojas en contraste con violeta para fondos o detalles, y blancos para resaltar la información importante.



Imagen 21. Diseño final de identificadores a color, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.

Para la **Actividad 2**, que consistió en el prototipado de las piezas, luego de la definición del identificador, se dio paso al desarrollo de la preguntona, la forma que se pensó inicialmente era solamente un dado, en el cual cada cara era una pregunta para contar una historia, al probar el juego, se evidenció que era demasiado corto y poco interactivo.



Imagen 22. Prototipo 1 de la preguntona, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.

Con la intención del juego de promover la charla, se presentó el prototipo 2, con una estructura más grande en forma de vulva, dividida en 2 niveles. Esta invita a las personas a sentarse alrededor y cuenta con más elementos para dirigir la charla. Se juega tirando un dado, del lado que caiga, da una categoría de tarjeta con una pregunta sobre menstruación, en el nivel de abajo del dispositivo hay otros objetos, que si te sale en el dado deben acercarse y meter la mano para sacarlo, añadiendo una parte más sensorial al juego.



Imagen 23. Prototipo 2 de la preguntona, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.

Posterior a las pruebas en cartón, se comenzó a desarrollar la realización del dispositivo real. Los materiales seleccionados fueron cartón, espuma y tela de peluches, para que la experiencia visual y sensorial fuera más atractiva para el público.



Imagen 24. Proceso de elaboración del dispositivo y dispositivo final, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.

Después de la estructura del dispositivo, se diseñaron las piezas de acuerdo con la identidad planteada, el peluche de la preguntona, las instrucciones y las tarjetas del juego.



INSTRUCCIONES

Imagen 25. Piezas, instrucciones y tarjetas del juego de mesa La Pregunta,

Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.

Otra de las partes que conforman el circuito es el podcast La Charlona, el cual se grabó con personas menstruantes que contaron sus historias, anécdotas o ideas de la menstruación. La estructura de algunos capítulos era responder preguntas que están en el juego de la Pregunta y otros capítulos solo fueron conversaciones más personales sobre su menstruación.



Imagen 26. Registro fotográfico, podcast La Preguntona, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.

El podcast se publicó en Spotify, y para ello se hizo la portada de los capítulos, con el personaje creado para la sección.



Imagen 27. Portada podcast La Preguntona,
Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.

La parte final del circuito son las redes sociales de Instagram y Tiktok. La idea del circuito es que en algunas preguntas del juego La Preguntona, la tarjeta cuenta con un código QR que te direcciona a una respuesta en alguna de las dos plataformas. Las redes sociales en el proyecto son un espacio independiente en el que se creó contenido para charlar e informar de la menstruación, pero se invita a acceder a los otros espacios.



Imagen 28. Tarjeta del juego “La preguntona” con código QR y post de Instagram que dirige el código QR, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.

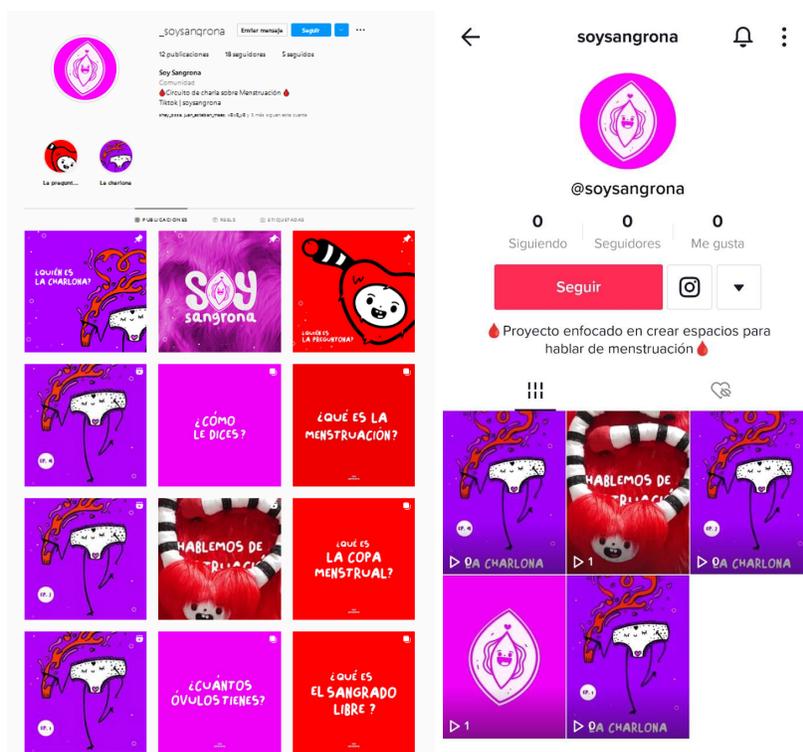


Imagen 29. Captura de pantalla Instagram y Tiktok “Soy Sangrona”, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.



Imagen 30. Captura de pantalla Videos de Tik Tok “Soy Sangrona”,

Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.

CONCLUSIONES

Mediante el desarrollo del proyecto SOY SANGRONA, se puede concluir que:

- Las reacciones evidenciadas en el municipio de Yumbo hacia el tema de la menstruación, van desde el enojo, el asco, la alarma, la vergüenza, hasta la incomodidad. Pero al pasar de centrarme en estas reacciones negativas, encontré que las personas menstruantes presentan una necesidad por participar de espacios de conversación seguros, donde puedan compartir sus experiencias, por lo que estas personas se convirtieron en el grupo objetivo.

- Gracias a la investigación de espacios en Yumbo, se encuentran múltiples grupos o juntanzas de mujeres que desconocía. Y que, al ser contactadas, respondieron de manera positiva a mis requerimientos, posibilitando la implementación del proyecto en estos lugares. O incluso abriendo las puertas a la construcción de futuras iniciativas relacionadas con *Soy Sangrona*.

- Lo que atrae a las personas a hablar de menstruación, son esos espacios que generan respeto, confianza y empatía. Por lo que la parte visual del proyecto debía crearse con base a estos lineamientos para lograr que no se generara rechazo a la iniciativa, por lo que se equilibra el enviar un mensaje de manera contundente, sin llegar a la molestia. Y es que, al involucrar el aspecto sensorial desde el tacto y la visión, se causa intriga en las personas, motivándoles a involucrarse en nuevas experiencias o áreas temáticas. Es así como para el proyecto, se consideran materiales con distintas texturas, logrando que el acercamiento a estos diálogos se haga desde el interés o la voluntad propia, y no desde la imposición u obligación.

- A nivel personal, la menstruación se sintió como un tema lejano en distintas épocas de mi vida. Y al hablar sobre ello durante el proyecto, en algún momento se convirtió en cotidianidad. Tanto que llegué a cuestionar la pertinencia de la iniciativa, pero en realidad era

una percepción limitada a mi círculo cercano, más las realidades fuera de él, responden a una serie de necesidades. El identificar esto, fue fundamental para definir a la charla como esa herramienta inicial para contribuir a esta problemática.

REFERENCIAS

- Andonella & Plaqueta. (2018). #Amigadatecuenta. Planeta Publishing. Ciudad de México.
- Banco de la República de Colombia. (2017). La paz se toma la palabra. Proyecto nacional de la Subgerencia Cultural. Colombia. Recuperado de:
<https://www.banrepcultural.org/proyectos/la-paz-se-toma-la-palabra>
- Cardozo, S. (2015). Ciclo menstrual. Una perspectiva sociológica. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Recuperado de: <https://cdsa.aacademica.org/000-061/193.pdf>
- Del Río, V. (2017). Mi primer libro rojo. Editorial Maggacup. Argentina. Recuperado de:
<https://jornadasforodepsicoanalisisygenero2017.files.wordpress.com/2017/10/mi-primer-libro-rojo-presentacion-apba.pdf>
- Encinas, A. (2017). ERES UNA CACA, la webserie feminista de Lula Gómez. Puppetsandclay. Recuperado de:
<http://puppetsandclay.blogspot.com/2017/11/eres-una-caca-la-webserie-feminista-de.html>
- Frascara, J. (2011). ¿Qué es el diseño de información? Ediciones Infinito. Buenos Aires. Recuperado de:
<https://taller4a.files.wordpress.com/2016/02/que-es-el-disec3b1o-de-informacion.pdf>
- Garlo, M. (2014). Arte, conocimiento y sangre menstrual. Recuperado de:
<https://www.m-arteyculturavisual.com/2014/06/21/arte-conocimiento-y-sangre-menstrual>
- Gilzans & Murphy. (2014). The Period Game. Recuperado de: <https://www.periodgame.com/>
- Goleman, D. (1995). La inteligencia emocional. Editorial Kairós. Estados Unidos.
- Gómez, L. (2017). Eres una caca.
- Home, M. (2013). Carpa Roja Colombia. Recuperado de:
<http://www.carparojacolombia.com/index.php>
- Kjolner, C. (2020). El ciclo menstrual. Recuperado de:
<https://www.behance.net/gallery/71107483/El-ciclo-menstrual>
- Luzia con Seta. (2019). Cíclica. Recuperado de:
<https://www.behance.net/gallery/76472313/Ciclica-Fanzine-sobre-la-menstruacion>
- McKee, D. (1995). El baño de Elmer. Fondo de Cultura Económica (FCE). México.

- Rey Acosta, L. (2018). La experiencia de la Carpa Roja: meditación y reconciliación con el interior femenino. Distintas latitudes. Recuperado de:
<https://distintaslatitudes.net/historias/cronica/la-experiencia-de-la-carpa-roja>
- Revista SEMANA. (2019). Todo lo que debería saber sobre la menstruación. Portal Web. Recuperado de:
<https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/mitos-y-verdades-sobre-la-menstruacion/603943/>
- Perez-Gallardo, et. Al. (2013). El diálogo como instrumento para la resolución de conflictos en escolares de educación secundaria. Asociación Nacional de Psicología Evolutiva y Educativa de la Infancia, Adolescencia y Mayores. Badajoz, España. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/3498/349852173009.pdf>
- UNFPA. (2022). La menstruación y derechos humanos – Preguntas frecuentes. Fondo de Población de Las Naciones Unidas. Recuperado de:
<https://www.unfpa.org/es/menstruaci%C3%B3n-preguntas-frecuentes>
- UNICEF. (2009). Importancia del diálogo para la prevención de conflictos y la construcción de paz. Cotejo. Recuperado de:
<https://cotejo.info/Cotejo.info/wp-content/uploads/2022/02/Importancia-del-dialogo-para-la-prevencion-de-conflictos-y-la-construccion-de-paz.-PNUD-2009.pdf>
- UNICEF. (2017). Higiene menstrual en las niñas de las escuelas del área rural en el pacífico colombiano. Colombia. Recuperado de:
<https://www.unicef.org/colombia/media/3911/file/Resumen%20ejecutivo%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20de%20higiene%20menstrual.pdf>
- Vargas, M. (2021). Llamarle por su nombre: Menstruación. Corriente Alterna. Recuperado de:
<https://corrientealterna.unam.mx/genero/normalizar-la-menstruacion-arte-menstrual/>

REFERENCIA DE IMÁGENES

- IMG. 2. Extractos de páginas del libro *#Amigadatecuenta*, Plaqueta & Antonella, 2020. Disponible
https://www.bacanika.com/images/CULTURA/LITERATURA/AMIGA_DATE_CUENTA/ADC-4.jpg (consulta: 25.07.2022)
- IMG. 3. Extractos de páginas del fanzine *El ciclo menstrual*, Cláudia Kjolner, 2020. Disponible
<https://www.behance.net/gallery/71107483/El-ciclo-menstrual> (consulta: 01.08.2022)
- IMG. 4. Extractos de páginas del fanzine *Cíclica*, Luzia con Zeta, 2019. Disponible
<https://www.behance.net/gallery/76472313/Ciclica-Fanzine-sobre-la-menstruacion>
(consulta: 25.07.2022)
- IMG. 5. Fotogramas de la serie animada *Eres una caca*, Lula Gómez, 2017. Disponible
https://www.youtube.com/watch?v=BzzvJGwe4Og&ab_channel=LulaGomez (consulta: 01.08.2022)
- IMG. 6. Registro fotográfico del proyecto *La paz se toma la palabra*, Subgerencia Cultural del Banco de la República de Colombia, 2017. Disponible
<https://www.banrepcultural.org/proyectos/la-paz-se-toma-la-palabra> (consulta: 25.07.2022)
- IMG. 7. Registro fotográfico del proyecto *Carpas rojas Colombia* (2013) por Laura Daniela Rey Acosta. Disponible
<https://distintaslatitudes.net/historias/cronica/la-experiencia-de-la-carpa-roja> (consulta: 25.07.2022)
- IMG. 7. Juego de mesa *The Period Game*, Daniela Gilsanz & Ryan Murphy, 2014. Disponible
<https://www.periodgame.com/> (consulta: 25.07.2022)

LISTA DE FIGURAS

Imagen 1. Fotografías del libro <i>El baño de Elmer</i> , David McKee, 1995.	11
Imagen 2. Extractos de páginas del libro <i>#Amigadatecuenta</i> , Plaqueta & Antonella, 2020.	12
Imagen 3. Extractos de páginas del fanzine <i>El ciclo menstrual</i> , Cláudia Kjolner, 2018.	13
Imagen 4. Extractos de páginas del fanzine <i>Cíclica</i> , Luzia con Zeta, 2019.	14
Imagen 5. Fotogramas de la serie animada <i>Eres una caca</i> , Lula Gómez, 2017.	15
Imagen 6. Registro fotográfico del proyecto <i>La paz se toma la palabra</i> , Subgerencia Cultural del Banco de la República de Colombia, 2017.	16
Imagen 7. Registro fotográfico del proyecto <i>Carpas rojas Colombia (2013)</i> por Laura Daniela Rey Acosta.	17
Imagen 8. Juego de mesa <i>The Period Game</i> , Daniela Gilsanz & Ryan Murphy, 2014.	18
Imagen 9. Desglose del método de trabajo para el proyecto <i>Soy Sangrona</i> , 2022.	22
Imagen 10. Registro fotográfico del sondeo para el proyecto <i>Soy Sangrona</i> , 2020.	27
Imagen 11. Fotogramas del registro audiovisual para el proyecto <i>Soy Sangrona</i> , Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2020	28
Imagen 12. Percepciones más relevantes, fase 1 del proyecto <i>Soy Sangrona</i> , 2020.	28
Imagen 13. Reunión virtual con Las Carpas Rojas 2020.	29
Imagen 14. Taller Háblate bonito, 2021.	30
Imagen 15. Moodboard Fase 3 del proyecto <i>Soy Sangrona</i> , Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	32
Imagen 16. Primer boceto del identificador y exploración del personaje, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	33
Imagen 17. Selección del personaje y primer acercamiento digital, se sustituye la O con el personaje, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	33

Imagen 18. Última exploración de forma y tipografía, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	33
Imagen 19. Forma final del identificador en blanco y negro, en positivo y negativo, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	34
Imagen 20. Diseño final en blanco y negro de identificadores para cada parte del circuito, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	34
Imagen 21. Diseño final de identificadores a color, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	35
Imagen 22. Prototipo 1 de la preguntona, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	36
Imagen 23. Prototipo 2 de la preguntona, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	36
Imagen 24. Proceso de elaboración del dispositivo y dispositivo final, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	37
Imagen 25. Piezas, instrucciones y tarjetas del juego de mesa La Preguntona, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	38
Imagen 26. Registro fotográfico podcast La Preguntona, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	39
Imagen 27. Portada podcast La Preguntona, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	39
Imagen 28. Tarjeta del juego “La preguntona” con código QR y post de Instagram que dirige el código QR, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	41
Imagen 29. Captura de pantalla Instagram y Tiktok “Soy Sangrona”, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	41
Imagen 30. Captura de pantalla Videos de Tik Tok “Soy Sangrona”, Daniela Geovanny Lloreda Álvarez, 2022.	42

ANEXOS

Anexo 1: Blog del proyecto

Link: <https://diariodeunasangrona.wixsite.com/diariosangrona>

Anexo 2: Instagram del proyecto

Link: https://www.instagram.com/_soysangrona/

Anexo 3: Tik Tok del proyecto

Link: <https://www.tiktok.com/@soysangrona>

Anexo 4: Perfil de Spotify

Link: <https://open.spotify.com/show/2K3d4VakBb1G7zOZ9YdPdK>