

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
USFQ**

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Tinta Roja

Katherine Garzón Rojas

Diseño Gráfico itinerario Diseño Comunicacional

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciatura en Diseño Gráfico Comunicacional

Quito, 9 de mayo de 2022

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

Tinta Roja

Katherine Garzón Rojas

**Nombre del profesor,
Título académico**

**Rodrigo Muñoz,
MFA Design for Social Innovation**

Quito, 9 de mayo de 2022

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Katherine Garzón Rojas

Código: 00206909

Cédula de identidad: 2300456650

Lugar y fecha: Quito, 9 de mayo de 2022

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

La conversación sobre la menstruación es casi nula en nuestra sociedad debido a la incomodidad que muchas personas tienen al hablar o escuchar sobre ello. El período menstrual de las mujeres es considerado como algo místico y delicado de lo que no se debe conversar. Sin embargo, hay muchas dudas al respecto tanto en hombres como en mujeres. Es por ello que Paulina Chugá, junto con mi persona Katherine Garzón, Hemos realizado diferentes investigaciones, entrevistas y encuestas. Estas han corroborado que estas dudas provocan desinformación y con ello una distancia entre chicos y chicas. Este proyecto busca impulsar la conversación orgánica, fluida y segura sobre la menstruación mediante la creación de una instalación virtual. De esta manera, se evita la circulación de información errónea, los chicos pueden empatizar con las mujeres y, por otro lado, ellas pueden sentirse más cómodas con el tema y con sus cuerpos.

Palabras clave: Menstruación, período menstrual, incomodidad, conversación, instalación virtual.

ABSTRACT

Conversation about menstruation is almost nonexistent in our society due to the discomfort many people have in talking or hearing about it. Women's menstrual period is considered something mystical and delicate that should not be talked about. However, there are many doubts about it in both men and women. This is the reason why Paulina Chugá and Katherine Garzón decided to research about this topic. Our discoveries have validated the doubts between individuals and therefore increasing the distance between boys and girls. This project seeks to promote an organic, fluid and safe conversation about menstruation through the creation of a virtual installation. In this way, the circulation of misinformation is avoided, men can empathize with women, and women can feel more comfortable with the subject and their bodies.

Keywords: Menstruation, menstrual period, discomfort, conversation, virtual installation.

TABLA DE CONTENIDO**Contenido**

RESUMEN	4
ABSTRACT.....	5
INTRODUCCIÓN	10
DESARROLLO DEL TEMA	12
Investigación.....	12
Entrevista.	12
Literatura.....	13
Encuesta.	13
Hallazgos (Insights).	14
El problema.....	14
Ideación.....	15
Brainstorming.	15
Prototipado.....	15
El Proyecto.....	16
Concepto.	16
Narrativa.	17
Pulpo.	18
Gráfica.....	19
Tipografía.....	19
User Journey	20

CONCLUSIONES	22
Referencias bibliográficas.....	23
Anexo A: Prototipo juego de mesa 1	24
Anexo B: Prototipo juego de mesa 2	25
Anexo C: Pequeñas mentiras	26
Anexo D: Sentimientos encontrados.....	27
Anexo E: Verdades importantes	28
Anexo F: Nuestros productos.....	29
Anexo G: Encuesta	30

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Encuesta cantidad de sangre	14
--	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Narrativa.....	18
Figura 2:Pulpos	18
Figura 3:Personajes.....	19
Figura 4:Paleta de colores	19
Figura 5: Tipografía	20

INTRODUCCIÓN

La menstruación tiene una definición sobre todo biológica. Según el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) es “el proceso en el cual el útero desprende sangre y tejido a través de la vagina” (UNFPA, 2021). Se sabe bien que es parte de un ciclo que prepara el cuerpo de la mujer para tener un bebé. Sin embargo, esto engloba mucho más ya que tiene que ver con el tipo de cuerpo, tipo de hormonas producidas, cantidad del flujo, tipo de dolores, entre muchos otros factores que incluso son difíciles de comprender por la misma mujer. Por esta razón, hay aspectos que se inventan con el fin de dar una “explicación al asunto”, surgen mitos para esconder a las mujeres durante su período o para que dejen de realizar ciertas actividades y hay verdades que se ocultan por haber sido acaparadas por aquellos mitos que suenan “mejor”.

A nivel mundial, se recuperan datos estadísticos sobre las mujeres y su período menstrual. El Instituto de Estudios Peruanos IEP, en su investigación *Retos e Impactos de Manejo de Higiene Menstrual para las Niñas y Adolescentes en el Contexto Escolar* menciona que la higiene menstrual es un desafío en países de ingreso medio y bajo; su principal problema es el poco acceso a la información. Se recalca que entre el 60% y 80% de las adolescentes en la India y África no saben sobre la menstruación hasta su primer período. Además, explica que la madre suele ser quien brinda aquella información, a pesar de que, incluso ella presenta conocimientos incompletos. (IEP, p15).

El tipo de conocimientos que deberían tener tratan de cambios físicos, sociales y emocionales que suceden desde el inicio de la adolescencia, su primer período y a partir de él. Aquella falta de información provoca miedo, vergüenza y confusión en la mujer, obteniendo una actitud negativa con respecto a la menstruación, especialmente cuando ocurren imprevistos como mancharse y ser objeto de burla por parte de sus compañeros.

Estas circunstancias provocan que la mujer no se sienta cómoda con su cuerpo y decida ocultarse hasta que el período acabe, perdiendo muchas oportunidades y experiencias. Un estudio realizado por Thinx & PERIOD sobre *el Impacto Generalizado del Período de Pobreza en los Estudiantes de EE. UU.* afirma que el 79% de las adolescentes sienten la necesidad de una educación más profunda en relación con la salud menstrual. Además, el 76% piensa que se enseña más sobre la biología de una rana que sobre el cuerpo femenino humano dentro del entorno escolar. Por último, se rescata que el 51% ha perdido al menos una clase o período de ella debido a un síntoma menstrual como cólicos. (Thinx & PERIOD, p3). Es importante mencionar que estas conductas influyen en la salud menstrual de una mujer, ya que tiene desconocimiento acerca de qué es normal y cuándo se debe acudir a un especialista; puesto que el mensaje que ha recibido es que debe esconder y aguantar su dolor.

Finalmente, según una encuesta realizada por El Instituto de Estudios Peruanos IEP se estima que aproximadamente el 35,6% de las chicas en Latinoamérica faltan al colegio todos los meses durante su menstruación debido a cólicos, temor o recelo; aquellas que sí asisten presentan mucha incomodidad, evitan moverse y relacionarse con sus compañeros. (IEP, p15).

DESARROLLO DEL TEMA

Investigación

Entrevista.

En Ecuador existen escasos estudios sobre la menstruación. Realizamos entrevistas a chicos de entre 19 y 22 años. Para ver más a detalle revisar el anexo G. En las mismas, se buscó entender la situación de cada participante, su conocimiento y perspectiva sobre el tema. Las entrevistas se hicieron de manera individual y discreta con el fin de tener cercanía y confianza con la persona para que pueda ser abierta y sincera.

Uno de los testimonios responde a la pregunta de cómo se siente cuando una chica manifiesta dolor durante su periodo menstrual. Su respuesta fue la siguiente:

Primero me daba frustración, porque en realidad es algo que tú no puedes sentir, porque tengo gripe entonces si alguien tiene gripe, entonces ya se cómo se siente y cómo curarse. En cambio, cuando ves a una chica, entonces no sabes cómo le duele, entonces no puedes interpretar algo que no sientes, por ese lado me siento como que: ¿será que si le duele de verdad? o ¿será que exagera mucho? Édison, 22 años.

Este comentario muestra la perspectiva de los chicos y cómo interpretan su falta de empatía con los cólicos y dolores de las chicas en su período. A continuación, un testimonio del lado de las chicas manifiesta que:

Estaba en el trabajo, y al cambiarme de toalla manché mi pantalón. No me di cuenta hasta que otros compañeros hombres del trabajo comenzaron a mirarme y comentar entre ellos, se reían. Fui al baño y lo noté. No sabía cómo salir e irme a mi casa sin que se note. (Encuesta, anónimo)

Se puede ver que el hombre entrevistado está dispuesto a ayudar, sin embargo, desconoce cómo; en comparación con el testimonio donde la chica se encuentra vulnerable y en lugar de recibir ayuda recibe burlas a sus espaldas. Este tipo de testimonios se pudo ver en repetidas ocasiones.

Literatura.

Igualmente, se ha recuperado un testimonio del estudio *Civilidad menstrual y género en mujeres mexicanas: un estudio de caso en el estado de Morelos*:

Mi mamá nos había dicho que iba a llegar un periodo, que ibas a sangrar, que era normal, que iba a doler, que debías tener cuidados. Ya vas en la secundaria y ¡no te vayas a manchar!, siempre estar checando cambiarte la toalla. Sugiere que los medios de comunicación masiva y también en la secundaria, te empiezan a decir que debes tener cuidado y no mancharte. (Rosa, 24 años, contexto urbano, condiciones de vida no precarias)

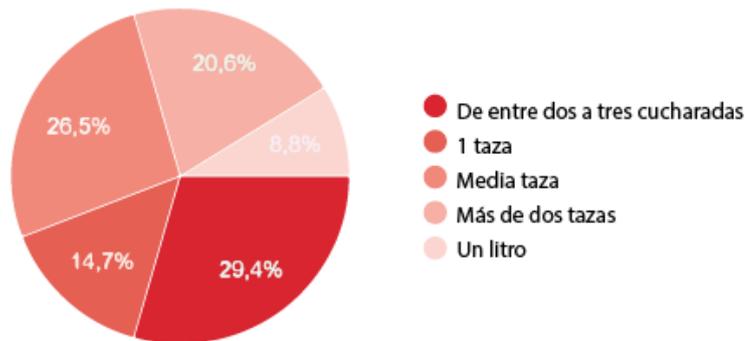
Este hecho es muy común en la vida de las mujeres, son frases que desde muy pequeñas escuchan, aplican y repiten, muchas veces no sienten una vergüenza propia sino una enseñada.

Encuesta.

Adicionalmente, se realizó una encuesta en la que participaron 66 personas de 16 a 25 años, cuyo objetivo fue comprender qué se conoce acerca de la menstruación, perspectivas y experiencias. Sólo el 29,4% conoce la cantidad de sangre que se expulsa durante el periodo menstrual y la mayoría de las mujeres concuerdan en que temen mancharse debido a que se sienten incómodas por ser vistas de esta manera. (Tabla 1, Encuesta cantidad de sangre)

Tabla 1: Encuesta cantidad de sangre

¿Cuánta sangre se pierde en el periodo menstrual?



Hallazgos (Insights).

Gracias a estos métodos de investigación previamente descritos, se han generado las siguientes afirmaciones:

- Los hombres no tienen y no tendrán la experiencia del dolor de un cólico menstrual. Por esta razón pueden ser apáticos o sentirse frustrados por no poder ayudar.
- Los hombres piensan que la menstruación es más sangrienta de lo que realmente es y no son capaces de enfrentarlo en primera fila (de cerca).
- La mujer aprende a controlar lo incontrolable (la menstruación), para no sentirse vulnerable.

El problema

Una vez realizada la investigación se evidenció un problema: la menstruación causa incomodidad en jóvenes de 15 a 25 años lo que imposibilita la conversación y el apoyo por parte de chicos. Además, causa que la mujer no lleve un cuidado de su salud menstrual debido a la desinformación e incluso que evite pedir ayuda.

Ideación

Brainstorming.

Tras definir el problema, se vio la necesidad de hallar una solución innovadora y creativa que pueda sostenerse con el tiempo y ayudar a los jóvenes de una manera efectiva. Para lo cual, se utilizó la herramienta de lluvia de ideas con el uso de variantes como destrezas, actividades, gustos y pasatiempos de nuestro público objetivo con el objetivo de generar posibles soluciones que llamen su atención. Estas ideas pueden ser experiencias, productos o servicios que se podrían ofrecer uniendo 3 o más variantes de la lluvia de ideas.

Después, se escogieron 2 diferentes propuestas. Se realizaron prototipos de cada una y se probaron con amigos y familiares que coincidieran con el target. Ellos dieron sus comentarios y sugerencias de cada propuesta, seguido de una votación por la más llamativa. Con los resultados, se escogió desarrollar una tercera propuesta que es una instalación virtual. Ya que el proyecto tiene un enfoque social en el que se desea que los jóvenes entiendan acerca de la menstruación y aprendan sobre ella. El prototipo se realizó mediante el uso de wireframes en papel y luego se lo pasó a wireframes virtuales para poder evaluar su propósito.

Prototipado.

Para escoger una de las opciones, se realizaron prototipos que pudieron ser probados por amigos y familiares y los cuales hicieron sugerencias con respecto a cada juego. En el video juego se realizaron ilustraciones de diferentes escenas con descripciones de lo que se debe hacer para poder pasar de nivel y cómo el personaje avanza y adquiere empatía con las mujeres. Entre los comentarios, se observó que no era muy atractivo para que el usuario permanezca y desee pasar todos los niveles. Necesitaba un factor sorpresivo y atrapante, pero a la vez que logre educar.

Por otro lado, en el juego de mesa se realizó un tablero a escala con casillas de umbral del dolor (tirar los dados para averiguar cuánto duele y si es soportable para seguir adelante o perder un turno), imprevistos (situaciones que viven las mujeres en sus días con formas para afrontarlas), trivia (situaciones positivas que suceden muy poco) y productos (para conservarlos en caso de un “imprevisto”). Entre los comentarios, se mencionó que las cartas no deben incluir penalizaciones si se responde mal y se aconsejó incluir más datos educativos en las tarjetas de las casillas de imprevistos. A diferencia del juego en 2d, los usuarios disfrutaron de la experiencia. En el anexo A y B se puede ver evidencia de cómo se realizaron las pruebas de usuario.

Con estos dos prototipos se escogió desarrollar la tercera propuesta, la instalación virtual. Debido a que el proyecto tiene un enfoque social en el que se desea que los jóvenes entiendan acerca de la menstruación y aprendan sobre ella.

El Proyecto

Tinta Roja es una instalación virtual que busca educar a jóvenes de entre 15 a 25 años acerca del período menstrual, enfocándose tanto en hombres como en mujeres. Tiene como objetivo generar conversación de una manera orgánica, segura y difundir la importancia de llevar una salud menstrual.

Concepto.

El primer paso para desarrollar el proyecto fue partir por la conceptualización del problema. Se empezó a definir que la menstruación causa incomodidad en jóvenes. La conversación sobre este tema es casi nula en nuestra sociedad debido a la incomodidad que muchas personas tienen al hablar o escuchar sobre ello. Porque este es un tema considerado natural y también rechazado.

Es importante hablar sobre el tema para lograr empatía entre personas que menstrúan y personas que no, poder reaccionar frente a imprevistos y dejar de lado la idea de la menstruación como algo mágico y natural que da vida. En su lugar pensar en su biología y en la salud de la mujer. Los conocimientos de la menstruación van más allá de los rumores que se escuchan para prohibir o realizar actividades.

Narrativa.

Según la diseñadora Ellen Lupton “dividir un proceso en tres pasos básicos transmite al usuario la idea de que una acción es fácil de aprender y rápida de completar (...) Además de ayudar a construir el arco narrativo básico de una historia. (Lupton, 2019, pág 42”. Es por ello por lo que nos basamos en su regla de tres para desarrollar la narrativa del proyecto.

Los cuatro momentos elegidos fueron mitos, testimonios, realidades y productos. Se empieza por los mitos debido a que es un tema que genera conversación, no es incómodo y es intrigante por la magia que existe detrás. Una vez introducido el tema se incluyen testimonios de hombres y mujeres acerca de cómo viven y entienden la menstruación, de esta manera el espectador puede empatizar con ellos. En el tercer momento se trata del tema desde un enfoque de salud, priorizando los síntomas que pueden tener las mujeres que padecen de alguna enfermedad o anomalía relacionada a la menstruación. Finalmente, una vez captado la atención del espectador, se muestra que Tinta Roja propone diferentes productos lúdicos y editoriales para continuar con la conversación y poder tener algo físico que ayuda a que la experiencia no se quede sólo en la exhibición virtual.

Estos cuatro momentos fueron definidos en secciones: pequeñas mentiras sobre la menstruación, sentimientos encontrados, verdades importantes y nuestros productos. Se puede ver más acerca de cada sección en el anexo C, D, E y F.



Figura 1: Narrativa

Pulpo.

Se propone al pulpo como elemento principal y unificador de las piezas gráficas. El pulpo es conocido por recurrir a un chorro de tinta que sale de su interior cuando se siente amenazado. Este proceso que hace al pulpo tan especial es un aspecto biológico que lo ha ayudado a sobrevivir y salvarse del peligro.

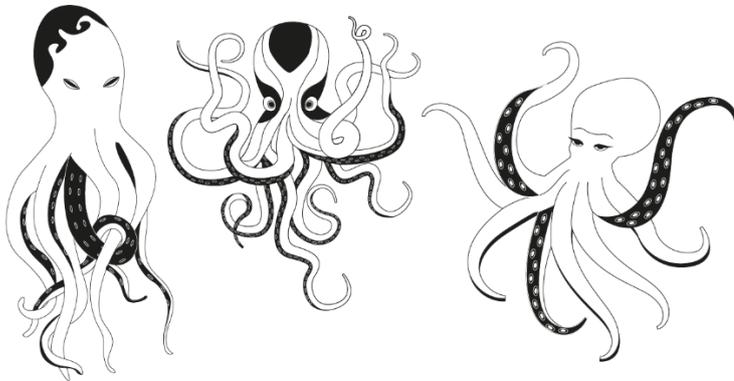


Figura 2: Pulpos

Relacionamos a este ser con el proceso biológico de la menstruación, donde en lugar de ser una época vulnerable es mejor tomarla del lado positivo y enfatizar que se trata de algo natural que no se necesita esconder. Lo utilizamos como mediador para despertar el lado emocional de las personas y ayudar a que se sientan identificados, de manera que deseen seguir con el recorrido. El pulpo propone una nueva forma de acercamiento con el usuario, transmite la voz de Tinta Roja y comunica su iniciativa sin que el tema suene demasiado serio (Forero T, 2021).

Gráfica.

Se tomó como inspiración al estilo gráfico de los años 20 por la fluidez que se tiene con las formas. Aquella se complementa con la narrativa del proyecto y el tono con el que se está hablando. Se realizaron diferentes ilustraciones representativas de hombres y mujeres en su día a día. También, se realizaron texturas de formas abstractas y tentáculos de pulpo para darle dinamismo.

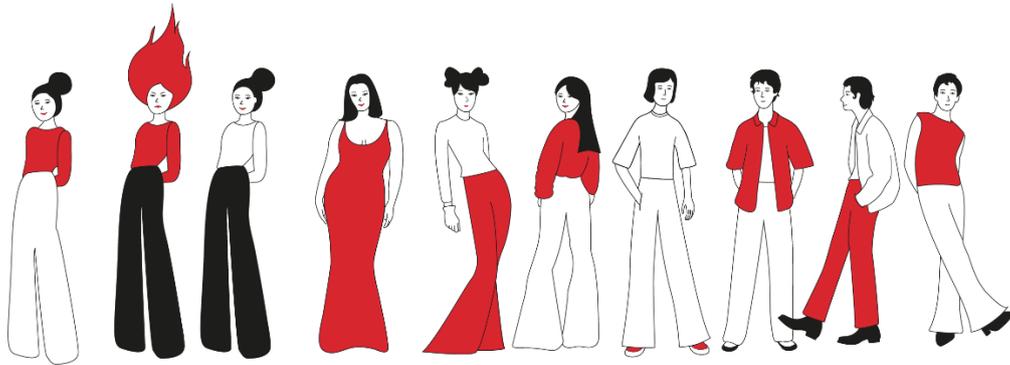


Figura 3: Personajes

Sus colores principales son el blanco y negro, optando por un contraste rojo saturado que enfatiza el tema a tratar. El rojo representa la sangre, la menstruación y la fuerza. La elección de esta paleta tiene como objetivo dar la sensación de seriedad y misterio. Muestra la importancia de hablar sobre el tema y los acentos en rojo resaltan aquello que de lo que se debe hablar sin vergüenza.

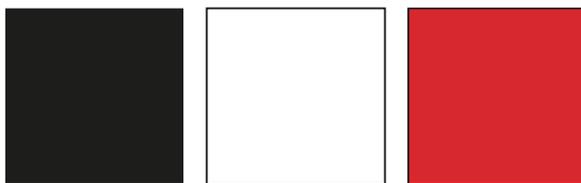


Figura 4: Paleta de colores

Tipografía.

Se usó la tipografía Adelle Mono para los títulos. Esta tipografía tiene serifa y contraste medio. Para los subtítulos, textos y citas se usó Raleway; no tiene serifa, tiene un contraste medio y facilita la lectura en textos extensos.



Figura 5: Tipografía

User Journey

A continuación, se presenta un caso de cómo el producto llega al público objetivo, de qué manera es adquirido, cómo se usa y los objetivos que cumple:

Karla es una estudiante de colegio que se encuentra cursando el bachillerato. Se siente insegura con su cuerpo, especialmente cuando llega su período. Suele inventar excusas para no ir a clases y cuando debe ir tiene mucho dolor debido a los cólicos y migraña. Sabe que menstruar es natural, pero lo relaciona con un castigo para la mujer y como algo que sólo entre ellas entienden. No le gusta hablar del tema, le incomoda y desea evitar todo lo que se relacione con ello.

Gracias a un post publicitario publicado en redes sociales, Karla está intrigada y acude a la inauguración de la exhibición virtual de Tinta Roja. Allí escucha acerca de cómo empezó la idea y nota que al igual que ella, muchas mujeres conocen muy poco acerca de la menstruación y su ciclo. El pulpo, las ilustraciones y la sencillez de las palabras llaman la atención de Karla y permanece en el evento. En un momento, es invitada a revisar la página web de la exhibición. Con nervios, observa la primera sección y aprende que todos esos mitos que le dijeron de pequeña tienen una explicación. Entra en confianza y sigue por la sección de testimonios. Allí, nota que los hombres también tienen algo que decir, cosa que no consideraba, ahora empatiza con ellos y entiende que no es algo sólo de mujeres. Continúa y

va a la sección de realidades importantes, donde tras leer la infografía se siente identificada con uno de los indicadores y considera acudir con un ginecólogo, pues pensaba que lo que padecía durante su menstruación era algo común que no se podía regular. Finalmente, va a los productos, descarga los fondos de pantalla, agrega a favoritos algunos de los stickers que desea usar y piensa en adquirir el juego de cartas para probarlo con sus amigos.

CONCLUSIONES

A nivel nacional, se puede percibir que existe incomodidad al hablar sobre la menstruación, dependiendo de la edad, clase social o género. Sin embargo, hemos notado que, si la persona ha escuchado del tema desde una edad temprana, tiene una mejor reacción y aceptación.

A nivel personal, hemos observado que cuando empezamos con la investigación no había mucha seguridad al hablar o realizar las entrevistas, pero poco a poco notamos que fuimos más abiertas al hablar y explicar nuestro proyecto. Es decir, nuestra conversación frecuente sobre el tema nos ayudó a sentirnos más cómodas.

Los mitos acerca de la menstruación han sido un buen tema de conversación para empezar a hablar. Sin embargo, por muchos mitos que se sepa una persona, es muy poco lo que se conoce acerca de las explicaciones reales sobre los acontecimientos.

La conversación sobre la menstruación en los jóvenes promueve la empatía entre hombres y mujeres. Ambas partes aprenden, hacen preguntas y pueden participar de ello, a pesar de que solo lo vivan las mujeres.

A través de una gráfica cuidadosamente definida para atraer a nuestro público objetivo, se puede tratar de un tema que puede parecer delicado y que no todas las personas están dispuestas a hablar. En este caso la gráfica es llamativa, atrae la atención e incentiva a seguir participando de la experiencia sin tener incomodidad.

Referencias bibliográficas

Ames P. & Yon C. (2020). Retos e impactos del manejo de la higiene menstrual para las niñas y adolescentes en el contexto escolar. Estudios Peruanos IEP.

Forero T. (2021). ¡Que tu marca impacte! Descubre qué son las mascotas de marcas +20 Ejemplos. Recuperado de: <https://www.crehana.com/ec/blog/marketing-digital/mascotas-marcas/>

Lupton, E. (2019). *El diseño como Storytelling*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Ministry of Health and Family Welfare Government of India (2018). MENSTRUAL HEALTH IN INDIA: AN UPDATE.

Reimagining Social Change. (2016). Menstrual Health in India Country Landscape Analysis. The Bill & Melinda Gates Foundation.

Sánchez S. Lerner S & Erviti J. (2014). Civilidad menstrual y género en mujeres mexicanas: un estudio de caso en el estado de Morelos. Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/24368104>

Thinx & PERIOD. (2017). State of the Period. The Widespread impact of period poverty on US students.

Anexo A: Prototipo juego de mesa 1

Anexo B: Prototipo juego de mesa 2



Anexo C: Pequeñas mentiras

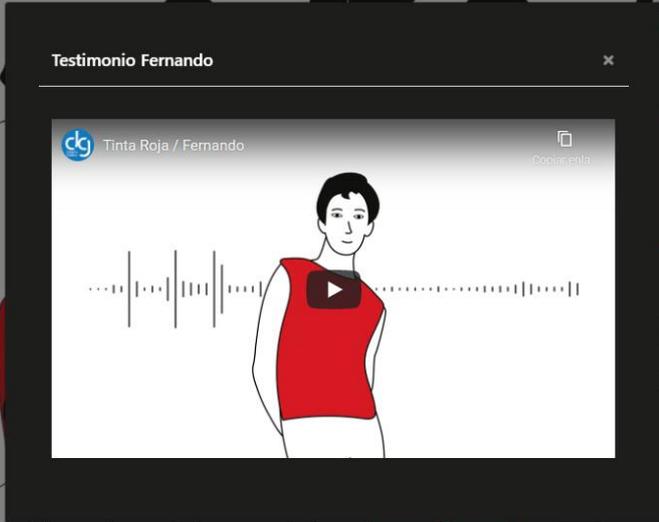
El ciclo menstrual se sincroniza con el de tus amigas y las mujeres que viven contigo.



Martha McClintock, una psicóloga estadounidense en 1971 publicó un estudio afirmando que la culpa de este fenómeno la tenían las feromonas. Sin embargo también puede ser una casualidad. No hay una explicación científica comprobada de este hecho.

Anexo D: Sentimientos encontrados

De nuestros entrevistados, 4 nos compartieron sus experiencias, da clic y descubre



The image shows a testimonial player window titled "Testimonio Fernando" with a close button (x). The player content includes a logo for "Tinta Roja / Fernando" and a "Copiar enlace" (Copy link) button. The main visual is a red shirt icon with a play button, overlaid on a white audio waveform. The player is set against a background of stylized human figures in various poses and colors (red, grey).

Anexo F: Nuestros productos

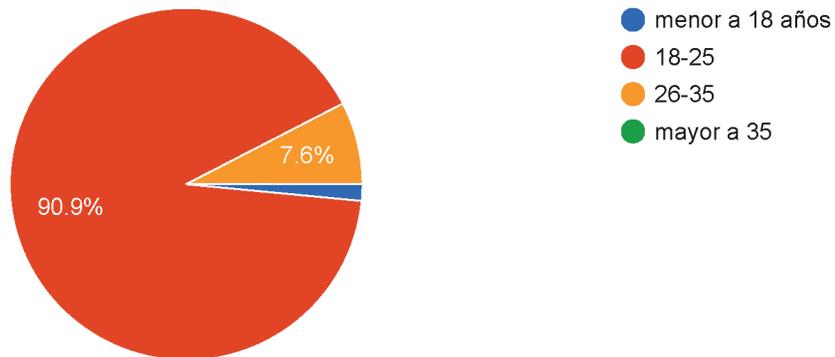


Anexo G: Encuesta

Edad

 Copiar

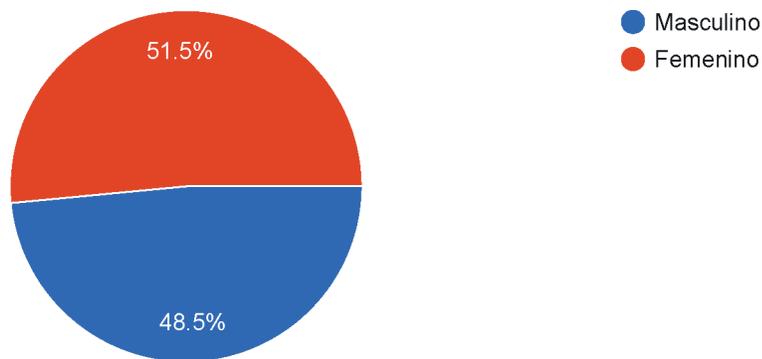
66 respuestas



Género

 Copiar

66 respuestas

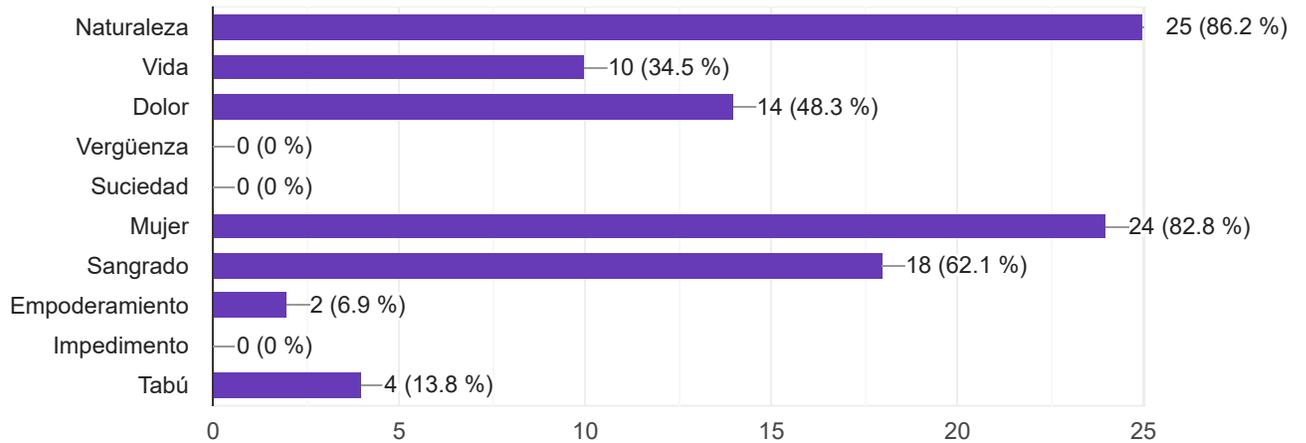


Ciclo y periodo menstrual

Selecciona las palabras que asocies mejor con el periodo menstrual



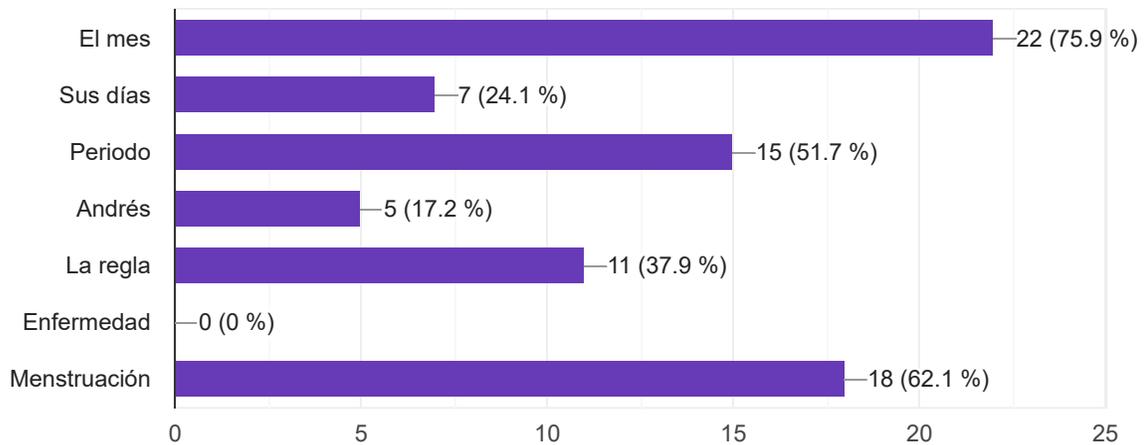
29 respuestas



¿Con qué nombre te refieres al periodo menstrual en el día a día?



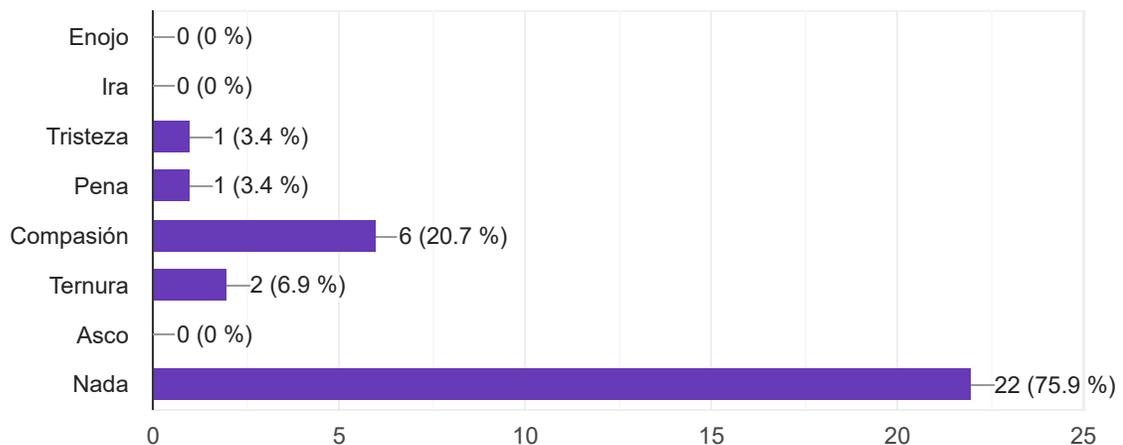
29 respuestas



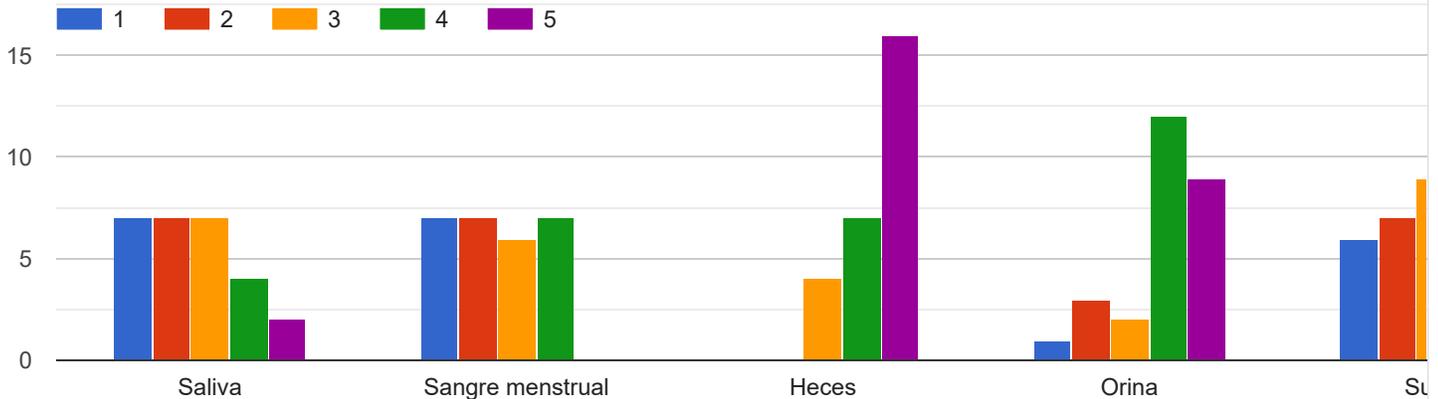
¿Qué te inspira la menstruación?



29 respuestas



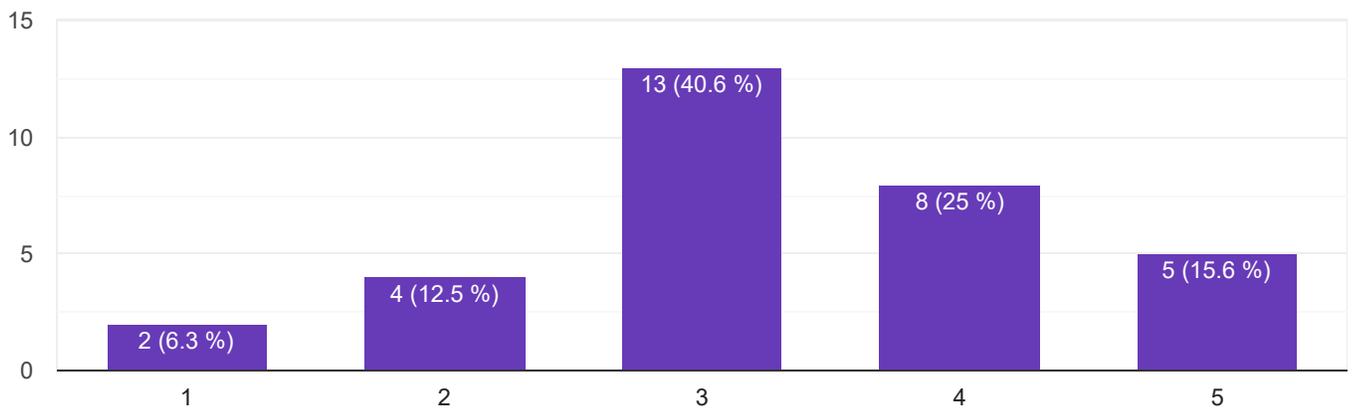
Indica del 1 a 5 que tan sucios te parecen estos compuestos orgánicos. Siendo 1 nada sucios y 5 demasiado sucios



Del 1 al 5 cuánto conoces el proceso del ciclo menstrual.



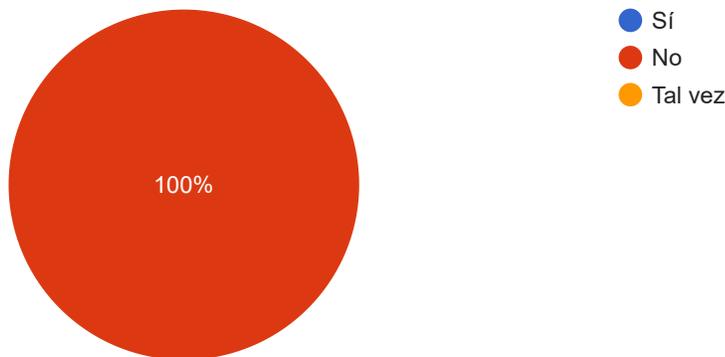
32 respuestas



¿Crees que las mujeres deciden cuando menstruar, al igual que ir al baño?



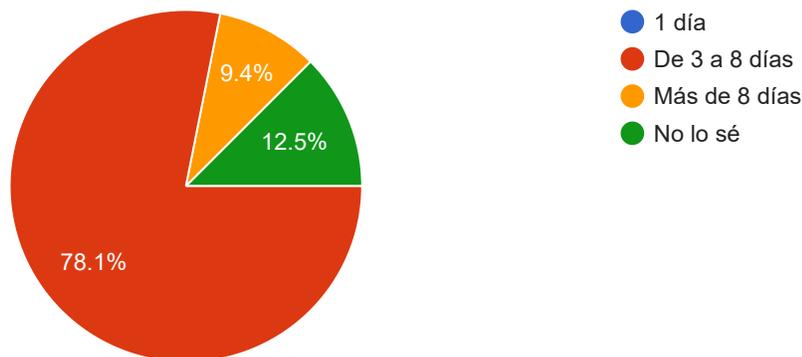
32 respuestas



¿Sabes cuánto tiempo dura la menstruación?



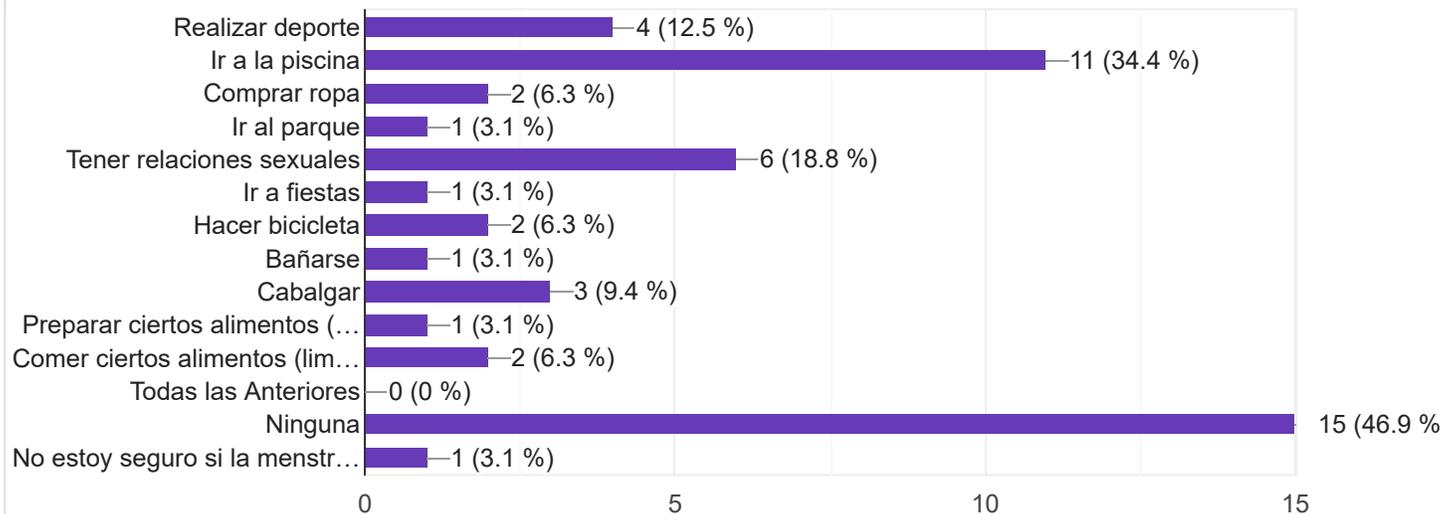
32 respuestas



¿Qué actividades crees que no deberían realizar las mujeres durante su periodo menstrual?



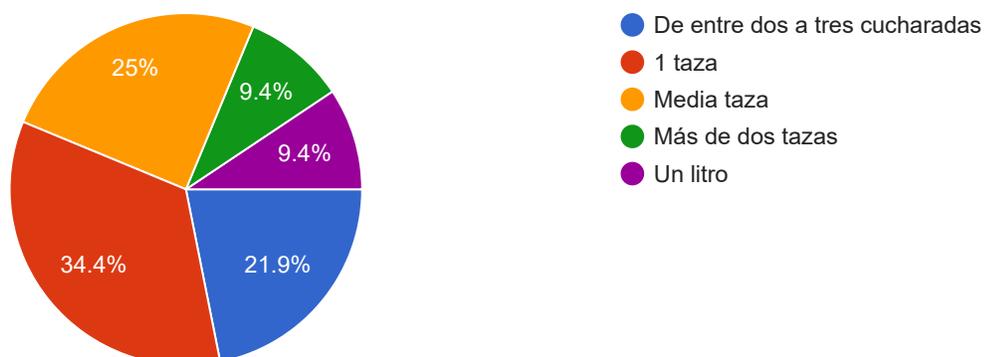
32 respuestas



¿Cuánta cantidad de sangre crees que contiene un periodo menstrual?



32 respuestas



Cuéntanos sobre un mito que hayas escuchado sobre el periodo menstrual. Ej: Las mujeres no pueden hacer deporte

32 respuestas

Dunno

Sostener relaciones sexuales

las mujeres no pueden ir a la piscina

No pueden tener relaciones

No se

Las mujeres no pueden bañarse

las mujeres no pueden entrar a una piscina

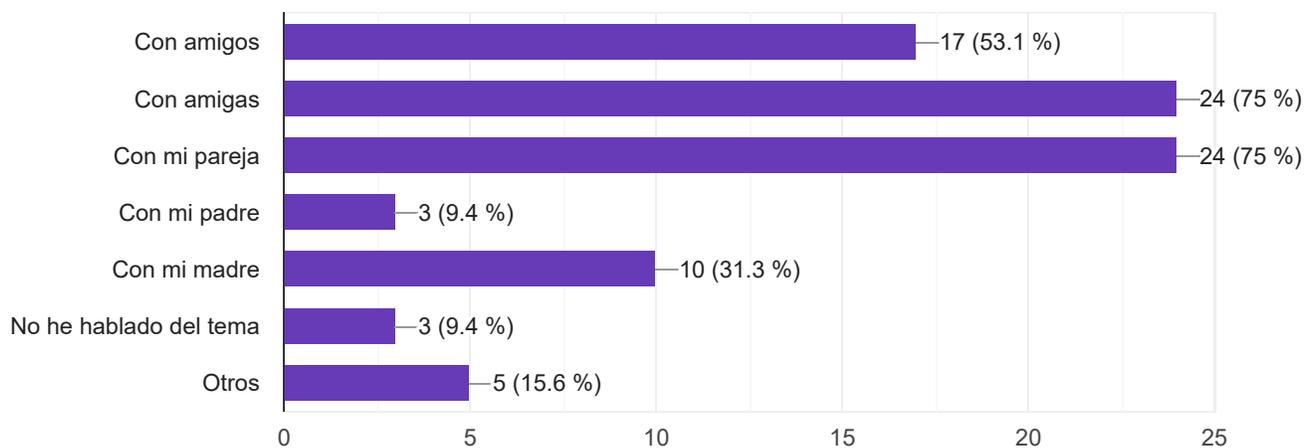
Cortar cualquier cosa mientras estás con el Periodo te corta la regla.

No pueden hacer deporte

¿Con quién has hablado sobre el ciclo menstrual?

 Copiar

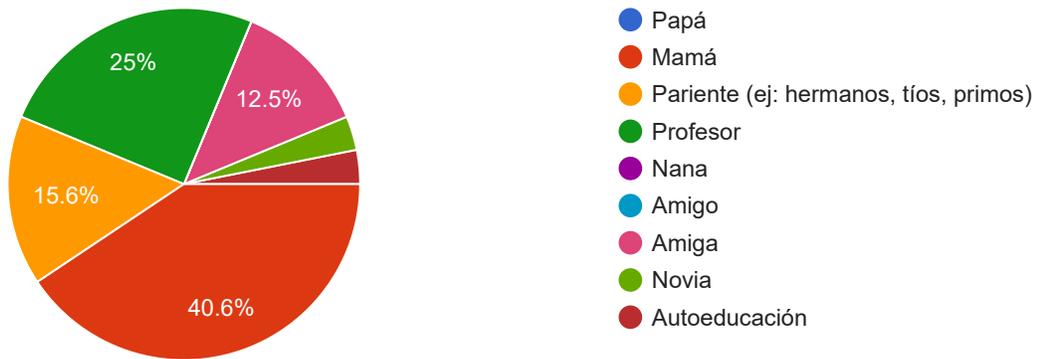
32 respuestas



¿Quién fue la primera persona que te habló sobre la menstruación?

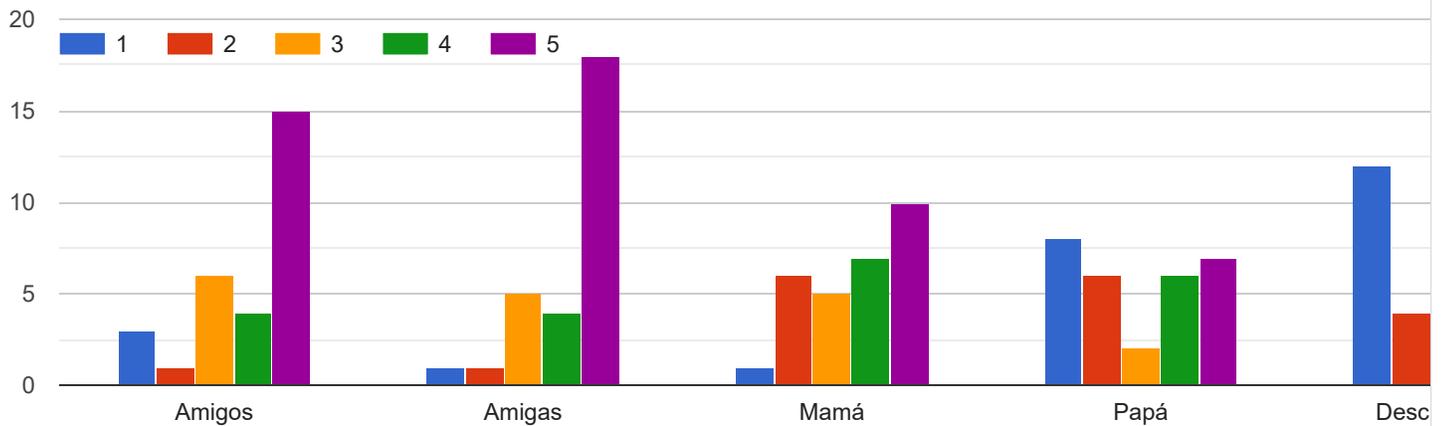
 Copiar

32 respuestas



Indica del 1 a 5 (siendo 1 muy incómodo y 5 totalmente cómodo) que tan cómodo te sientes hablando sobre la menstruación. Con:

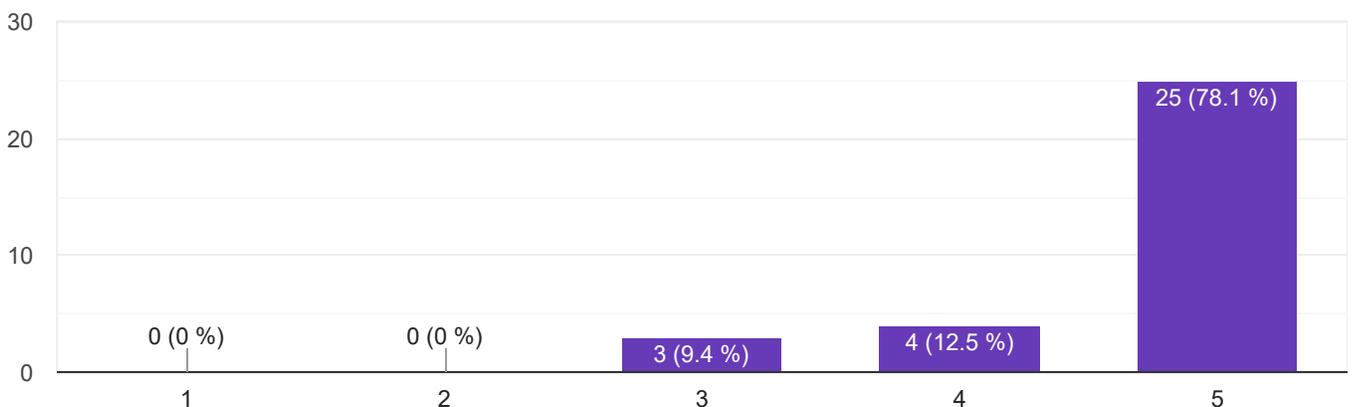
 Copiar



Del 1 al 5 ¿Qué tan cómodo te sientes escuchando hablar a una mujer sobre el ciclo menstrual ?

 Copiar

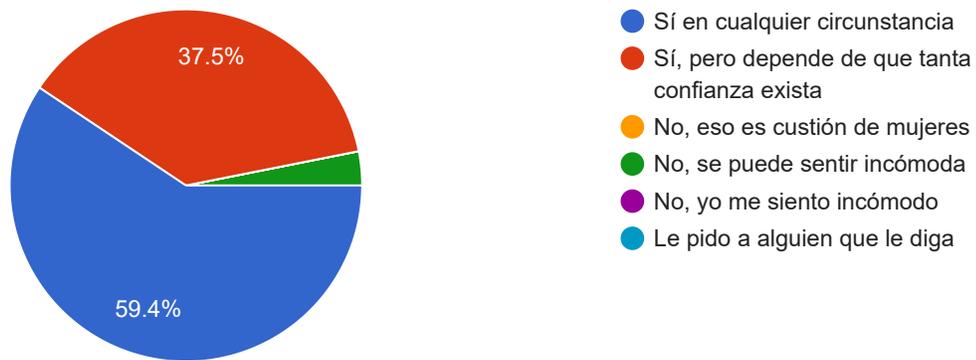
32 respuestas



Si una mujer está manchada, ¿Se lo harías saber?



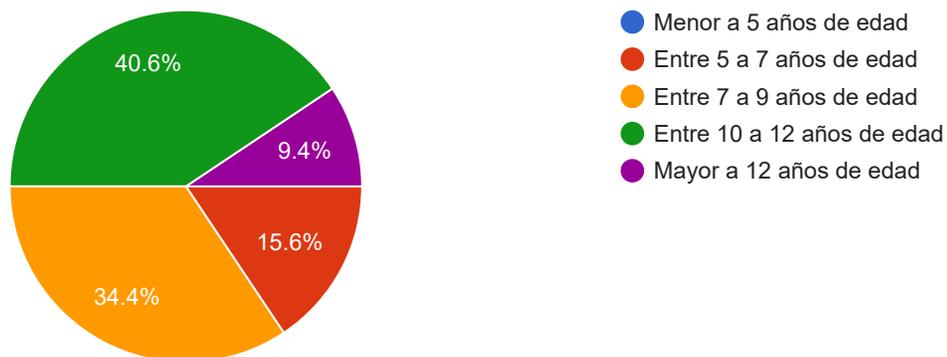
32 respuestas



¿A qué edad crees que debería comenzar la educación menstrual?



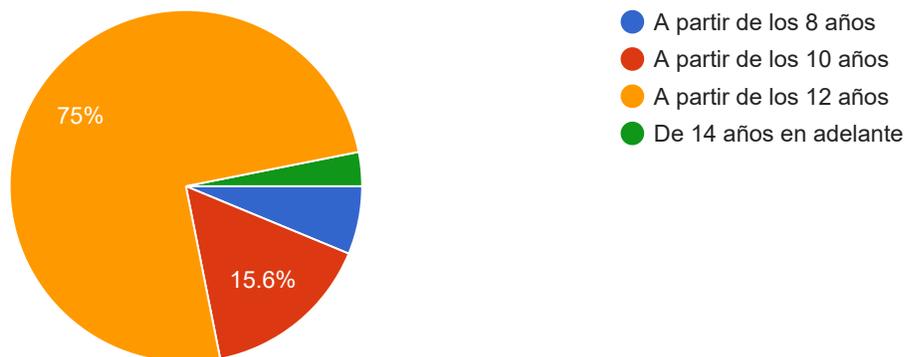
32 respuestas



¿A qué edad crees que comienza el ciclo menstrual?



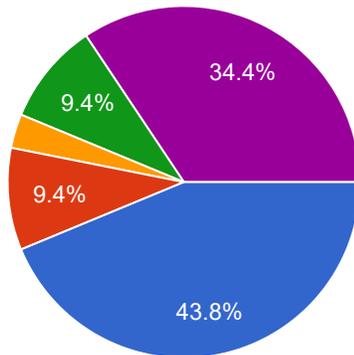
32 respuestas



En tu etapa escolar, ¿te dieron una charla sobre el ciclo menstrual?



32 respuestas

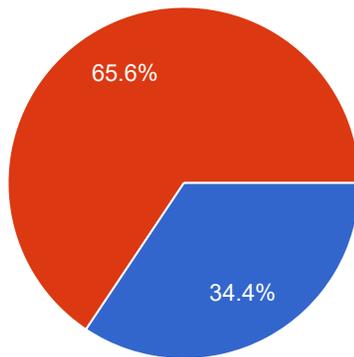


- Sí, el mismo establecimiento
- Sí, personas pertenecientes a algún organismo del estado
- Sí, personas pertenecientes a una organización sin fines de lucro
- Sí, personas pertenecientes a una empresa privada
- No, nunca me dieron una charla

¿Has comprado toallas sanitarias o productos de higiene femenina?



32 respuestas

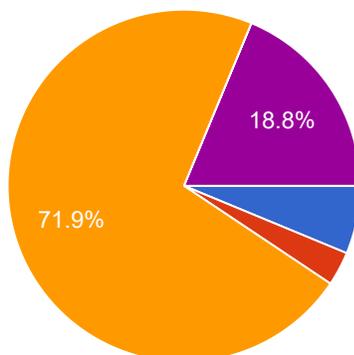


- Sí
- No

¿Te causaría incomodidad comprar toallas sanitarias, tampones u otros productos de higiene femenina?



32 respuestas

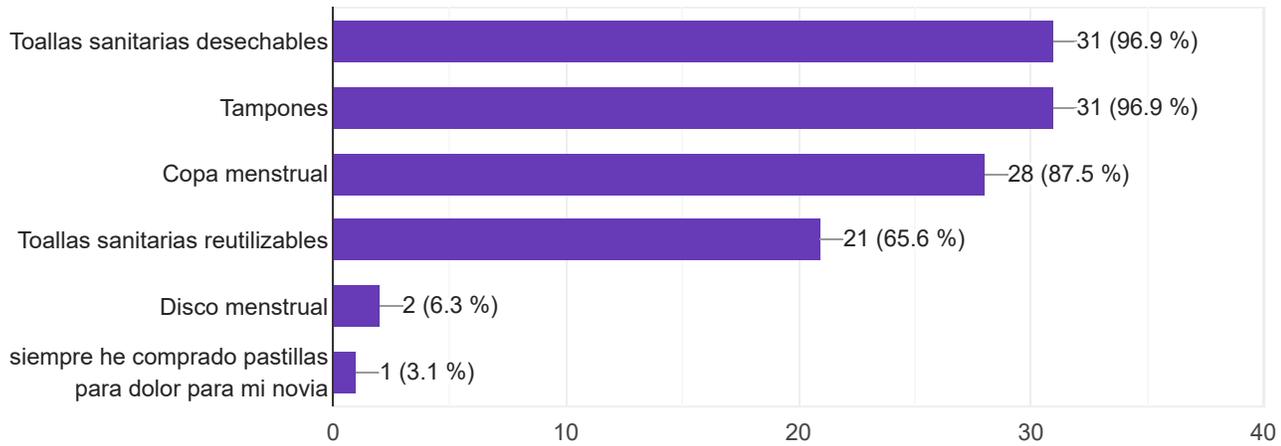


- Sí
- Un poco de incomodidad
- No
- No compraría
- Me da igual

¿Cuáles de estos productos conoces?



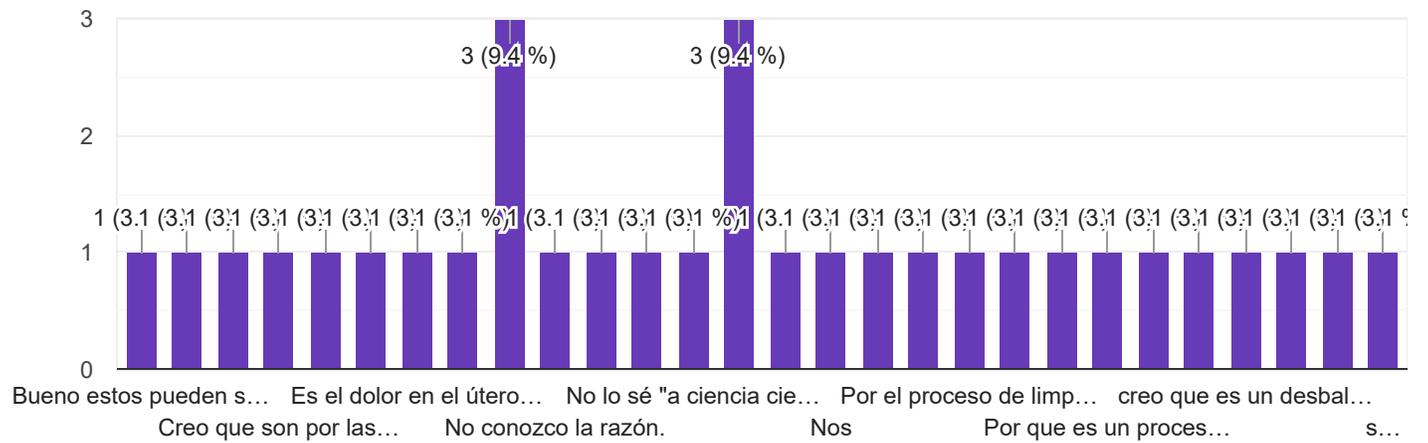
32 respuestas



¿Sabes porqué las mujeres tienen cólicos? De ser así por favor explícanos brevemente.



32 respuestas

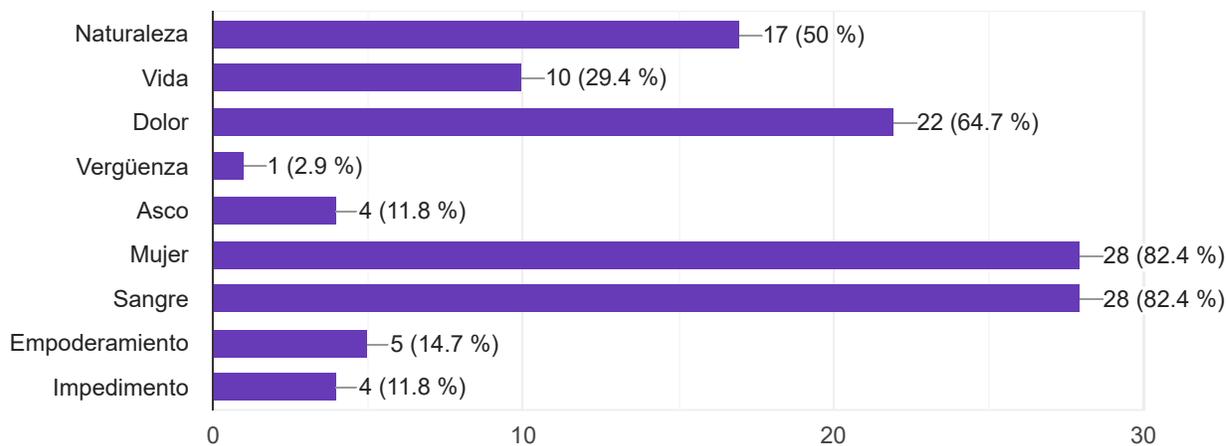


Ciclo y periodo menstrual.

Selecciona las palabras que asocies mejor con el ciclo menstrual



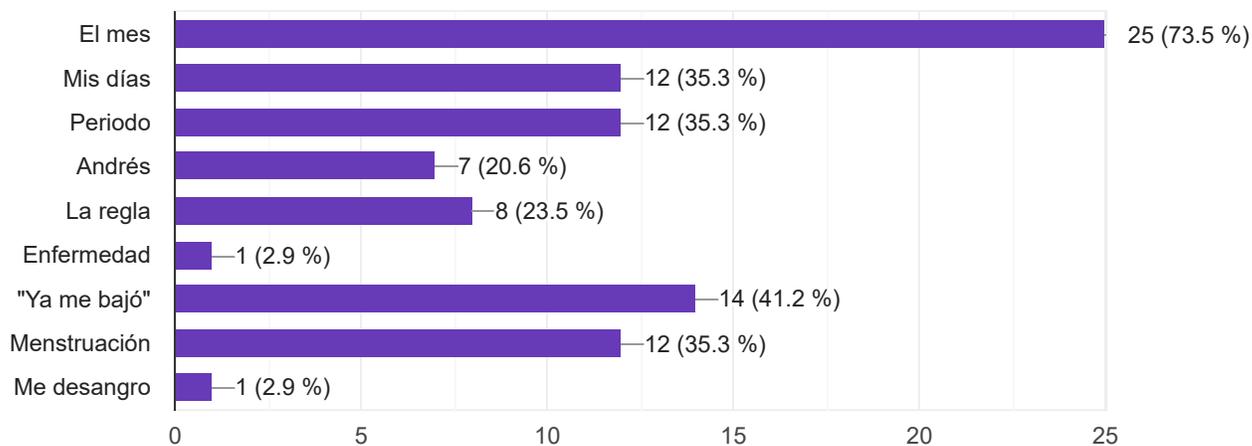
34 respuestas



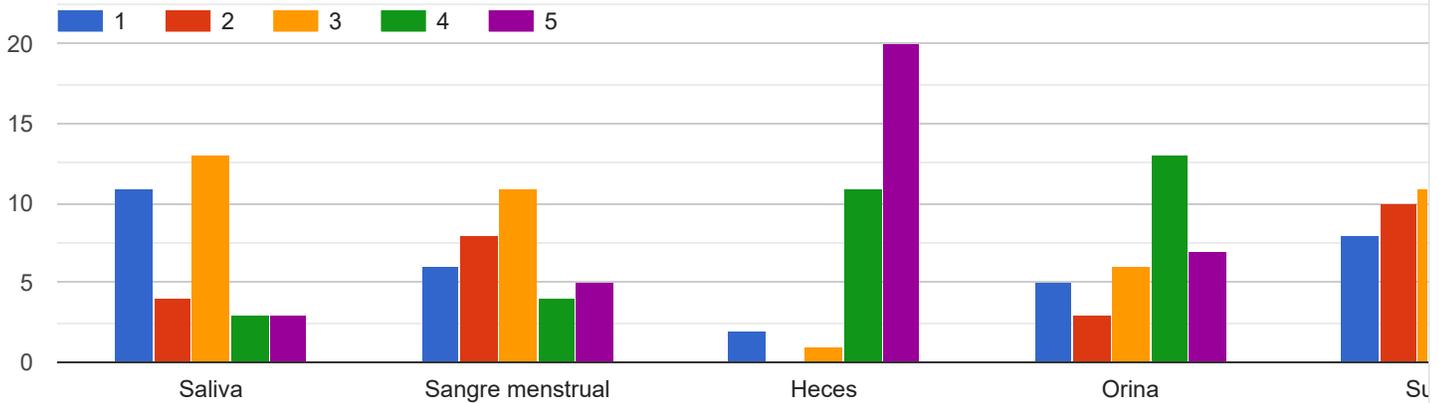
¿Con qué nombres o frases te refieres a tu periodo menstrual en el día a día



34 respuestas



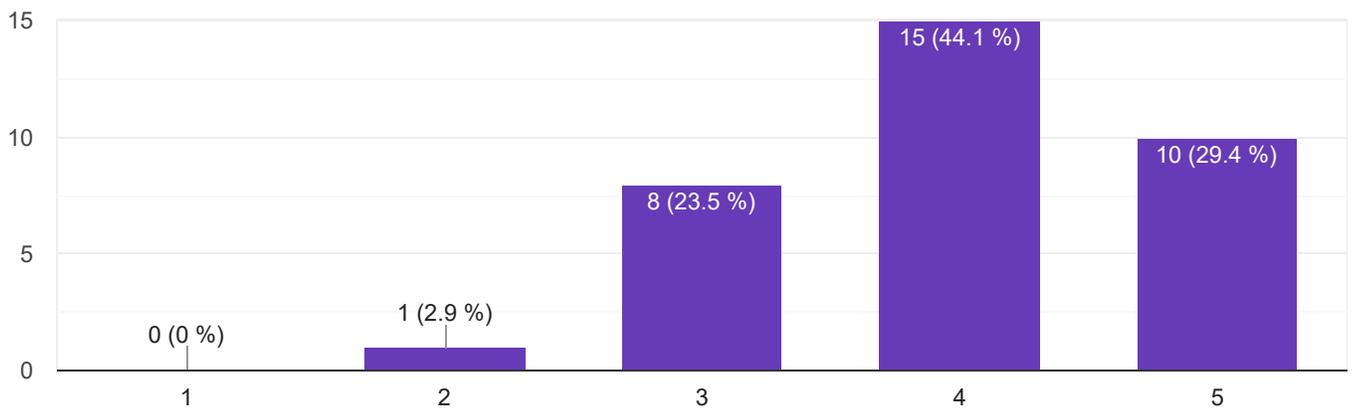
Indica del 1 a 5 que tan sucios te parecen estos compuestos orgánicos. Siendo 1 nada sucios y 5 demasiado sucios



Del 1 al 5 cuánto conoces el proceso del ciclo menstrual.



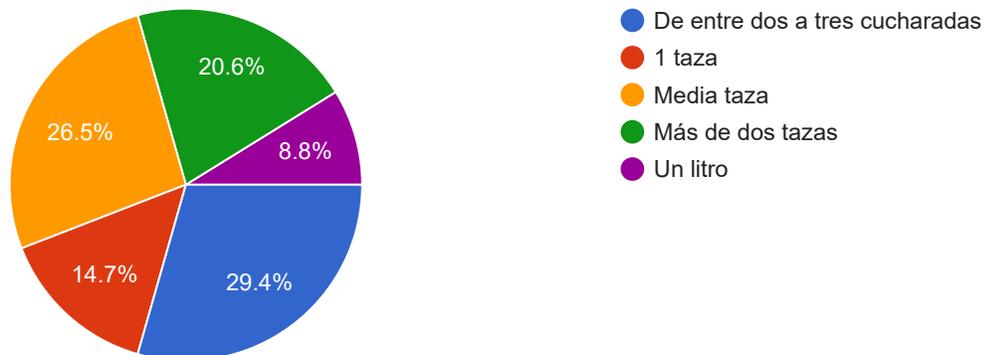
34 respuestas



¿Cuánto se pierde de sangre en el periodo menstrual?



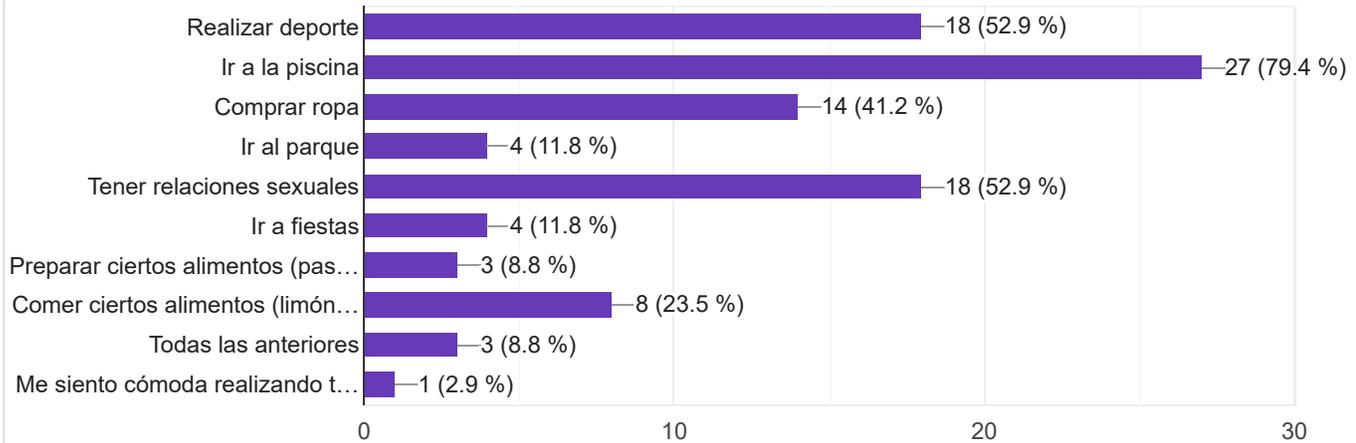
34 respuestas



¿Con qué actividades no te sientes cómoda a realizar durante tu ciclo



34 respuestas



Cuéntanos sobre un mito que hayas escuchado sobre el ciclo menstrual. Ej: Las mujeres no pueden hacer deporte

34 respuestas

No hagas mayonesa menstruando, esta se corta

Al momento de hacer una salsa, si la persona que la hace y tiene el período, esta se corta

No te puedes bañar

La menstruación es un castigo porque Eva comió una manzana.

Cuando te bañas se te corta y puedes ir a la piscina

No pueden levantar mucho peso

Las mujeres exageran el dolor de los cólicos

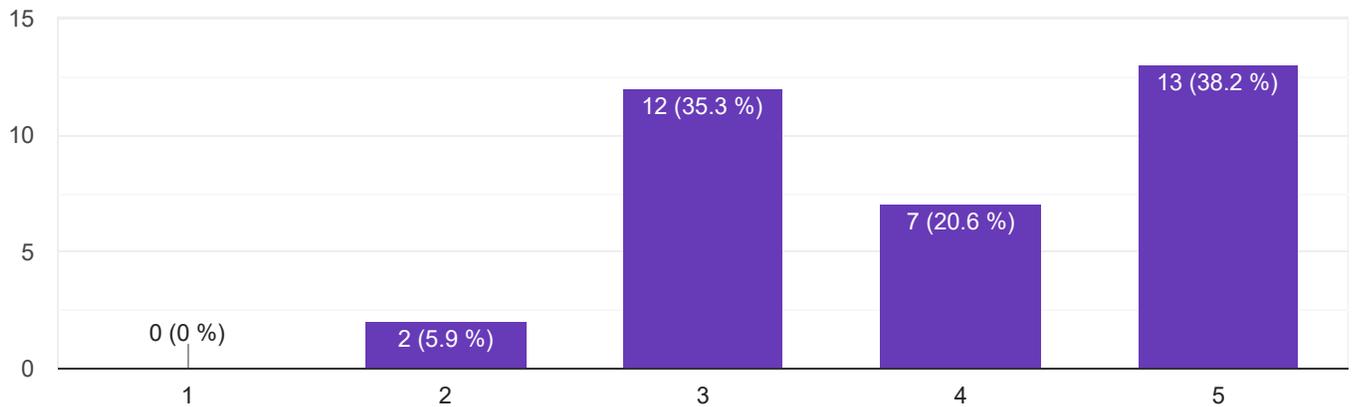
Las mujeres no pueden embarazarse

Todas las mujeres tienen el mismo flujo

Del 1 al 5 que tan cómoda te sientes hablando sobre el ciclo menstrual (con hombres).



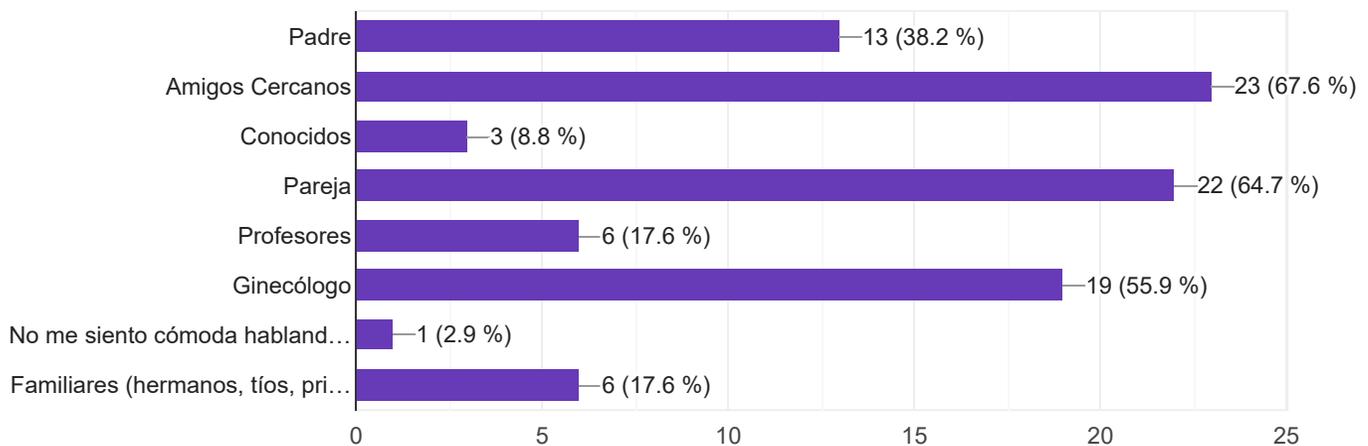
34 respuestas



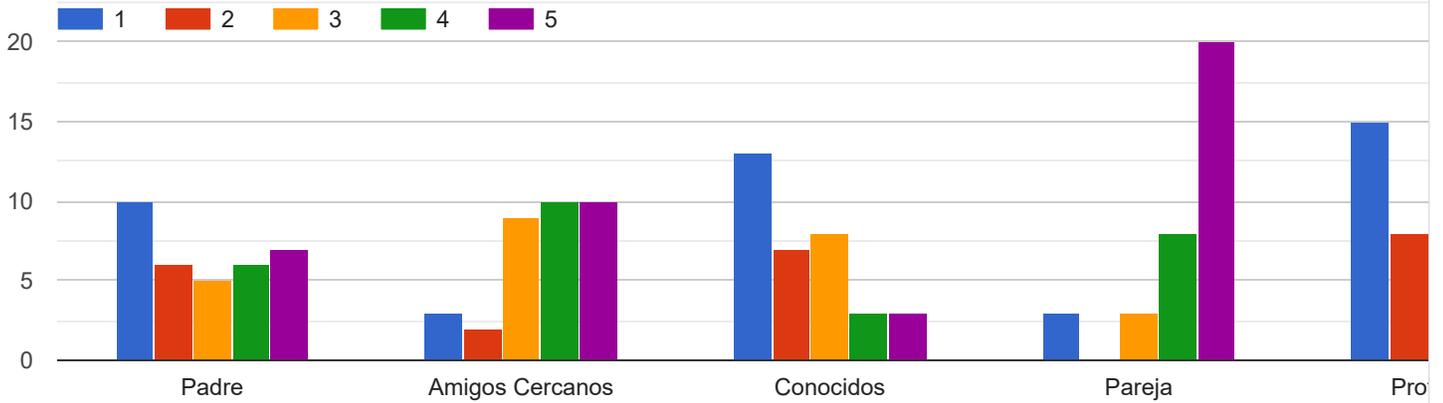
¿Con qué personas del género masculino te sientes cómoda hablando sobre el tema



34 respuestas



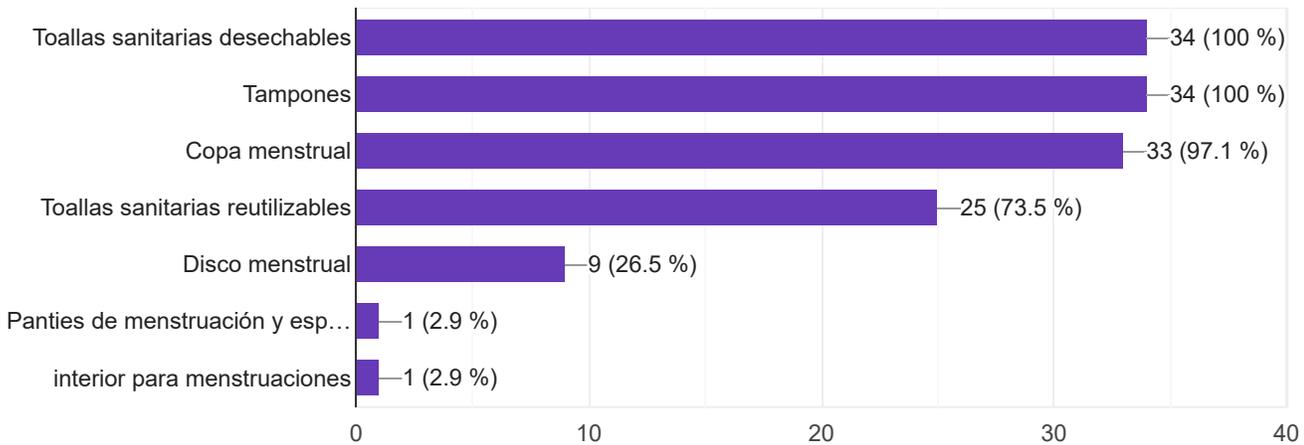
Indica del 1 a 5 (siendo 1 muy incómoda y 5 totalmente cómoda) que tan cómoda te sientes hablando sobre la menstruación. Con :



¿Cuáles de estos productos conoces?



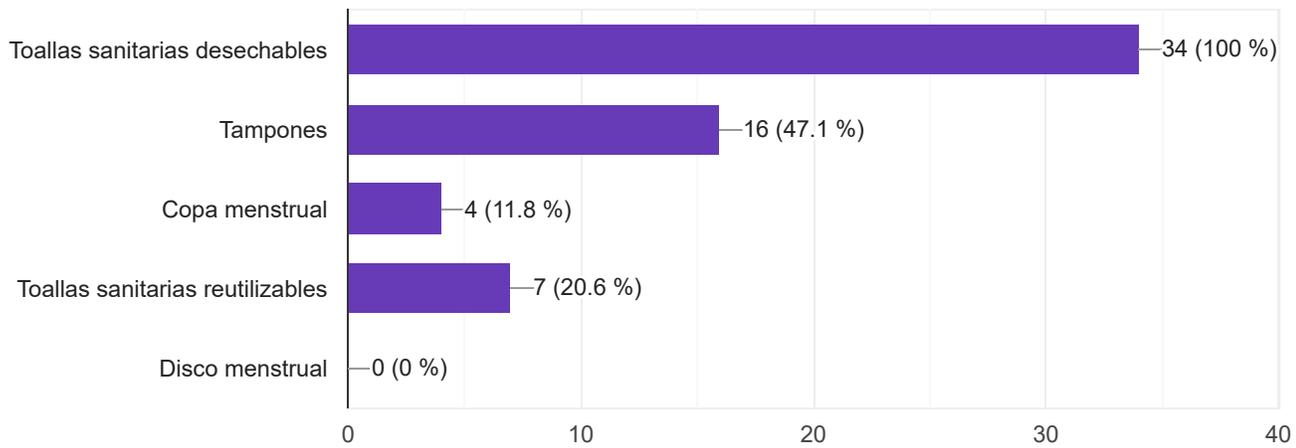
34 respuestas



¿Cuáles de estos productos has usado?



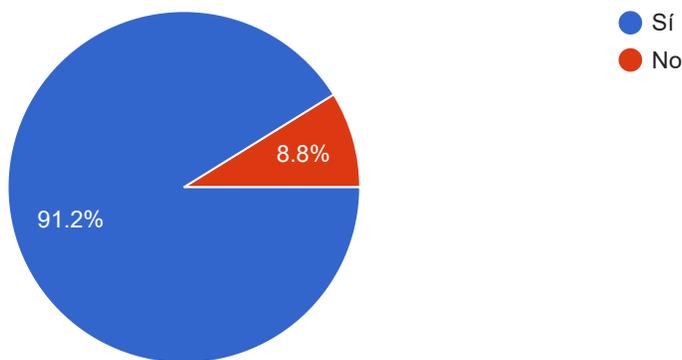
34 respuestas



¿Te sientes más o menos cómoda por el producto que usas, ej: toallas, tampones, copa?



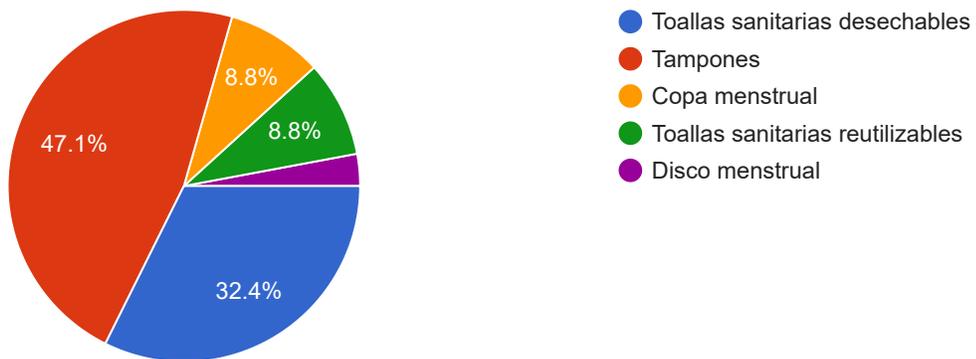
34 respuestas



¿Qué producto te hace sentir más incómoda?



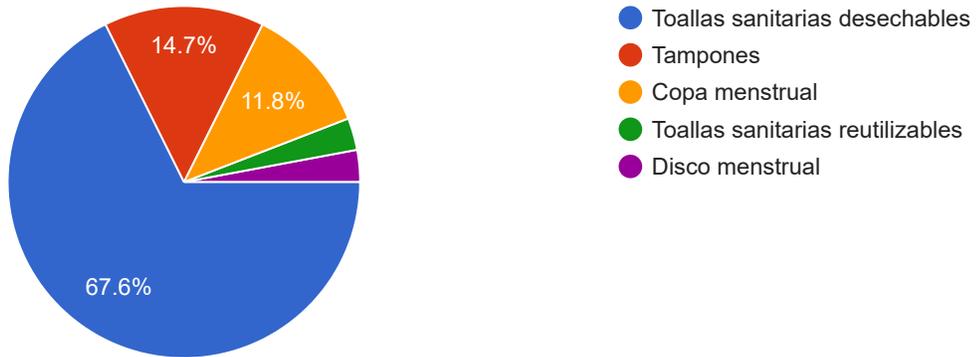
34 respuestas



¿Qué producto te hace sentir más cómoda?

Copiar

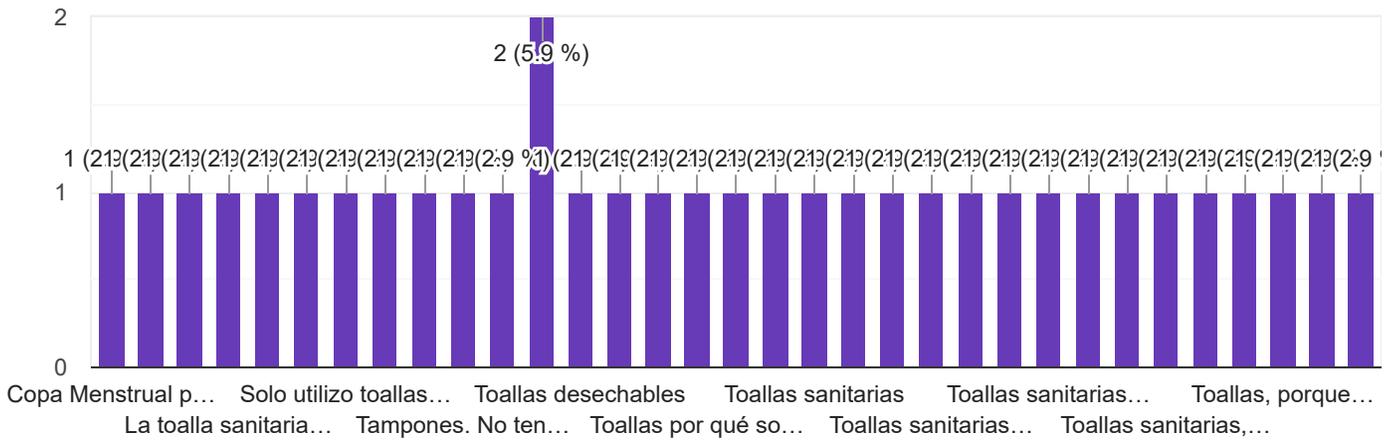
34 respuestas



¿Qué producto utilizas más durante tu periodo menstrual y por qué?

Copiar

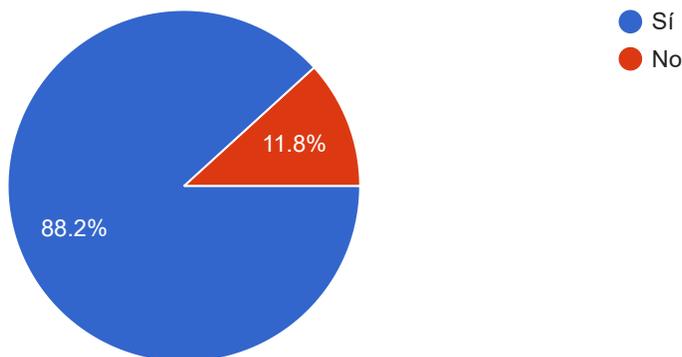
34 respuestas



Durante el periodo menstrual ¿Cambia tu forma de vestir? (ej: usas otra ropa interior o no usas pantalones blancos)

Copiar

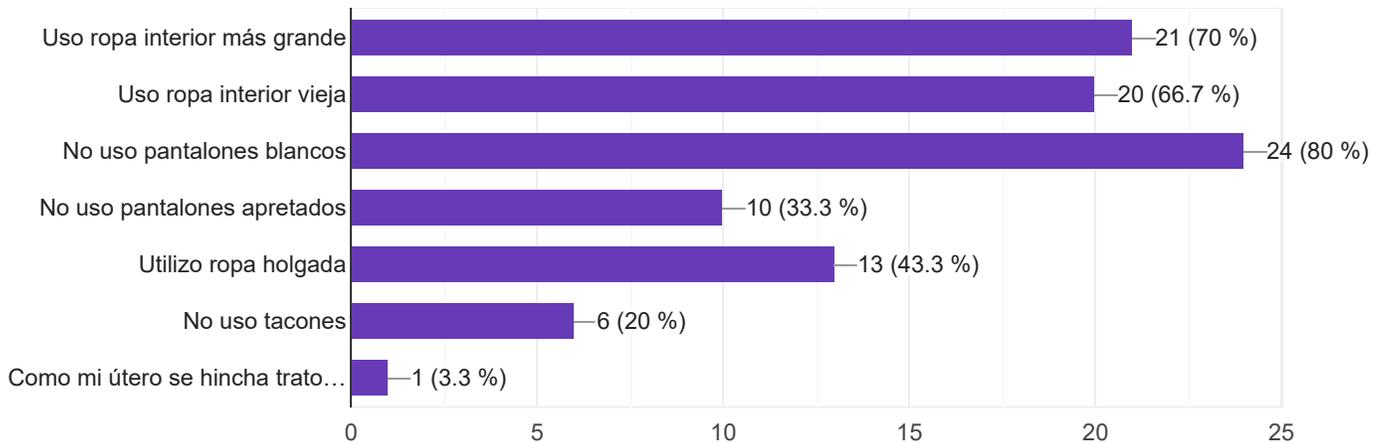
34 respuestas



Durante el periodo menstrual ¿Cómo cambia tu forma de vestir?



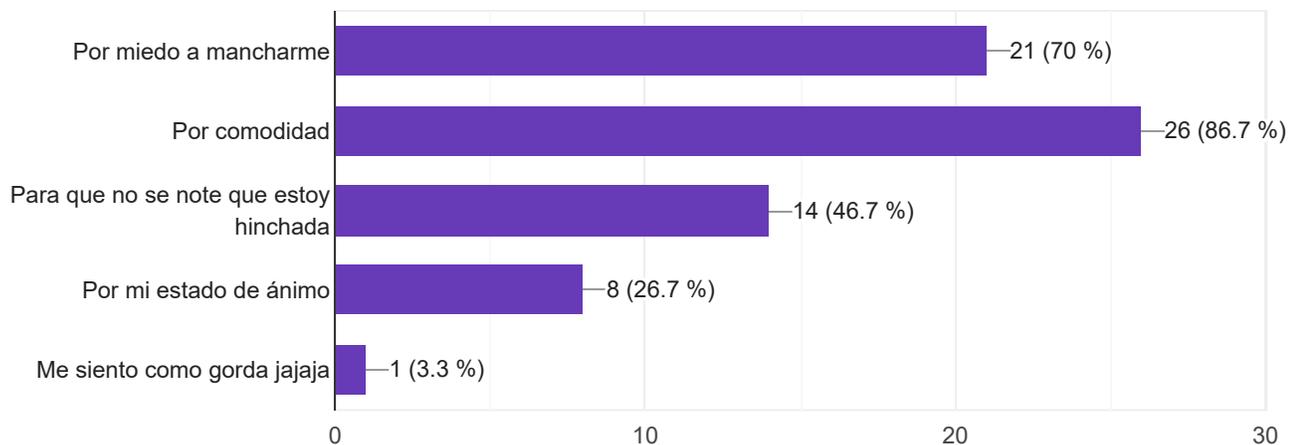
30 respuestas



¿Cuáles son las razones por las que cambias tu forma de vestir durante el periodo menstrual?



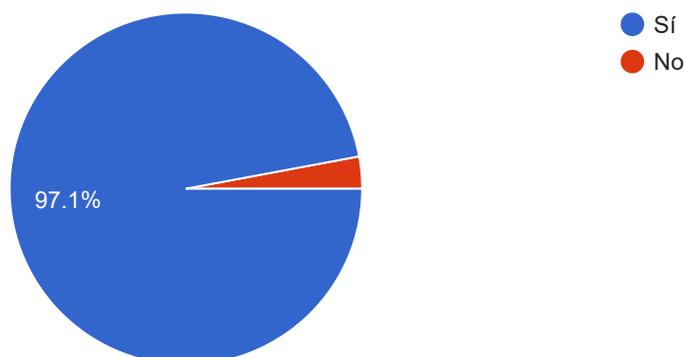
30 respuestas



¿Tienes miedo de mancharte durante el ciclo menstrual?



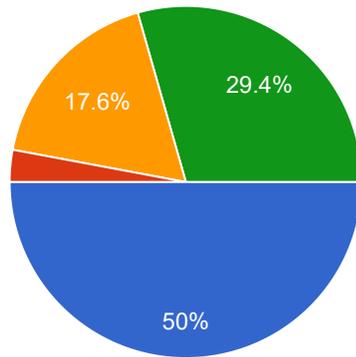
34 respuestas



Cuando sientes que estás manchada fuera de casa ¿A quién prefieres preguntar si te encuentras manchada?



34 respuestas

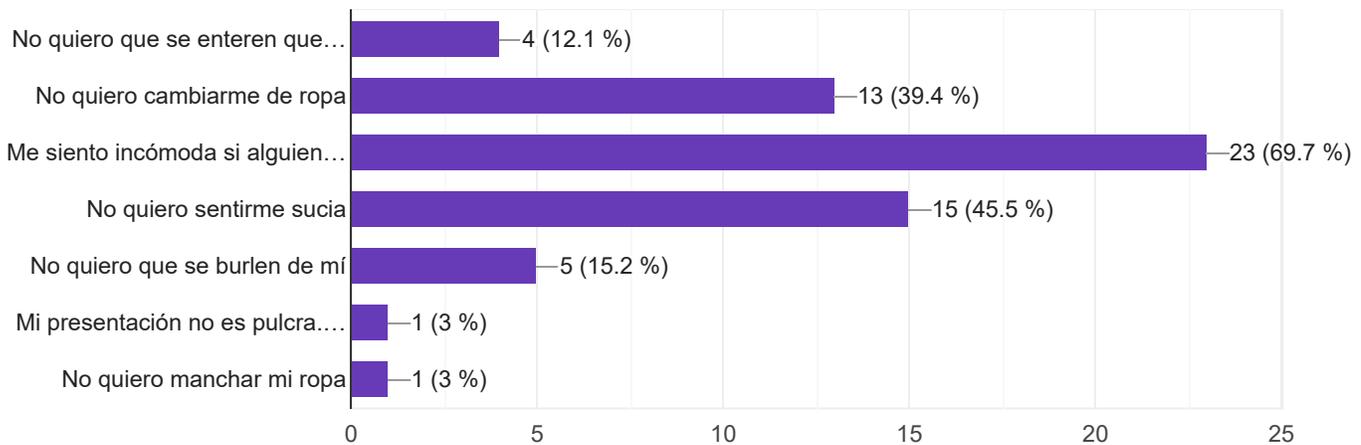


- A una mujer
- A cualquier persona (independientemente de su sexo)
- Espero a encontrar alguien cercano
- Espero a ir a un baño a revisar si estoy manchada
- Prefiero no preguntar

¿Cuáles son las razones por las que tienes miedo de mancharte?



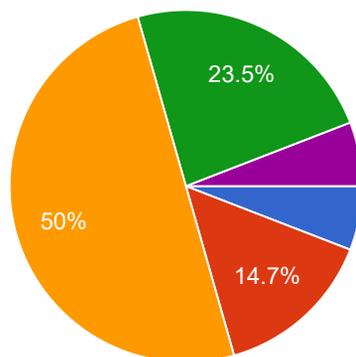
33 respuestas



¿A qué edad crees que debería comenzar la educación menstrual?



34 respuestas

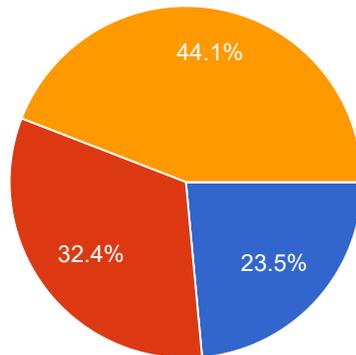


- Menor a 5 años de edad
- Entre 5 a 7 años de edad
- Entre 7 a 9 años de edad
- Entre 10 a 12 años de edad
- Mayor a 12 años de edad

¿A qué edad crees que comienza el ciclo menstrual?



34 respuestas

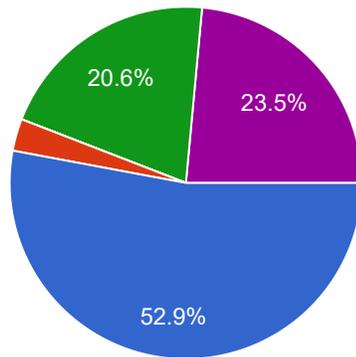


- A partir de los 8 años
- A partir de los 10 años
- A partir de los 12 años
- De 14 años en adelante

En tu etapa escolar, ¿te dieron una charla sobre el ciclo menstrual?



34 respuestas



- Sí, el mismo establecimiento
- Sí, personas pertenecientes a algún organismo del estado
- Sí, personas pertenecientes a una organización sin fines de lucro
- Sí, personas pertenecientes a una empresa privada
- No, nunca me dieron una charla

¿Hás tenido una experiencia vergonzosa o incómoda durante el periodo menstrual? De ser así te invitamos a que nos cuentes, apreciamos mucho tu respuesta.

22 respuestas

No

Cuando comencé a menstruar, mi padre me preguntó si me había ya cambiado el pañal.

Si

Una vez se me machó la pantaloneta blanca del colegio:(y un compañero (hombre) me lo dijo, me sentí muy incómoda porque pensé que todos me vieron

En el colegio me manche el informe, una profesora me lo dijo y la verdad me sentía muy asustada y confundida. No sabía que hacer.

Mancharme en el colegio

Sí. Alguna vez se manchó mi uniforme escolar durante clases en el colegio, y tuve que llamar a mi casa para que me llevarán ropa

No