



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

FACULTAD DE HUMANIDADES

Carrera de Arte y Diseño Empresarial

**DISEÑO DE FANZINE ILUSTRADO SOBRE LA
MENSTRUACIÓN DIRIGIDO A MUJERES DE 18 A 24
AÑOS DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA
METROPOLITANA**

**Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado
en Arte y Diseño Empresarial**

ALEXANDRA GABRIELA GOMEZ ENRIQUEZ
(0009-0005-0161-5562)

Asesor:

Nathaly Mirtha Valenzuela Lozano
(0000-0002-1771-1947)

Silvia Gisell Fonseca Falla
(0000-0003-4022-2102)

Lima – Perú
2023

TESIS GOMEZ

INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

4%

★ repositorio.usil.edu.pe

Fuente de Internet

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

Agradecimientos

Deseo agradecer a mi familia y mis amigos más cercanos, cuya ayuda significó un faro de luz en este proyecto. Agradezco en especial, a mis primos Josué y Stephany, mi amigo Mauricio por ayudarme en la implementación del proyecto. Agradezco a mis profesores por ser una gran guía durante el proceso de creación de este proyecto. Agradezco a mis psicólogas, Claudia y Evelyn por siempre ayudarme a mantenerme enfocada en los resultados de tal proyecto.

Dedicatoria

Dedico este proyecto a mi familia, sobre todo, a los recuerdos de mis abuelos Guillermo Gomez y Victor Enriquez; y de mi gata querida Samanta, cuyos recuerdos siempre me acompañan y me ayudan a seguir adelante.

Resumen

En el contexto actual de la menstruación, podemos encontrar que existe un tabú social sobre este, debido a que aún se le tiene un cierto nivel de incomodidad al momento de hablar sobre tal tema. Tal tabú, trae como consecuencia una vergüenza social sobre el tema generando una barrera al momento de querer obtener información, prosperando así la información del boca a boca de familiares o amigos dando paso a la creencia de mitos, perjudicando el conocimiento de las mujeres sobre su cuerpo. Es por eso que se decidió llevar a cabo una investigación cuantitativa para conocer si tal tabú representa un obstáculo al momento de informarse sobre el ciclo menstrual. De tal investigación, nació la pregunta: ¿En qué medida el diseño de un fanzine informativo ilustrado puede contribuir a un mejor entendimiento sobre la menstruación en mujeres de 18 a 24 años de una universidad privada de Lima Metropolitana? Para responderla, se diseñó un fanzine informativo ilustrado con temas variados del ciclo menstrual, desde los trastornos menstruales más comunes hasta conocer que producto de higiene femenina mejor se acomoda a las necesidades de cada mujer. El recibimiento fue muy positivo, se logró por medio de este proyecto evidenciar que el fanzine ayudó a mejorar el entendimiento sobre la menstruación en el público.

Palabras clave: Menstruación, tabú, fanzine, ilustración

Abstract

In the current context of menstruation, we can find that there is a social taboo about it, because there is still a certain level of discomfort when talking about it. Such taboo brings as a consequence a social embarrassment about the subject generating a barrier at the time of wanting to obtain information, thus prospering the word of mouth information from family or friends giving way to the belief of myths, damaging the knowledge of women about their body. That is why it was decided to carry out a quantitative research to find out if such taboo represents an obstacle at the moment of getting information about the menstrual cycle. From this research, the question: To what extent can the design of an illustrated informative fanzine contribute to a better understanding of menstruation among women between 18 and 24 years old at a private university in Metropolitan Lima? To answer this question, an illustrated informative fanzine was designed with a variety of topics on the menstrual cycle, from the most common menstrual disorders to knowing which feminine hygiene product best suits the needs of each woman. The reception was very positive, and through this project it was possible to demonstrate that the fanzine helped to improve the public's understanding of menstruation.

Key words: Menstruation, taboo, fanzine, illustration.

Índice General

Resumen	III
Abstract	IV
Capítulo I	1
Introducción	1
Descripción del problema encontrado	1
Problema principal	2
Problemas secundarios	3
Citas visuales del problema	3
Moodboard del problema	8
Justificación de la investigación	8
Pregunta de investigación	9
Hipótesis	9
Análisis de los actores	10
Mujer universitaria de 18 a 24 años de Lima Metropolitana	10
La familia de la mujer	10
Círculo social de la mujer	10
Estudiantes de la universidad donde asiste ella	10
Ginecóloga(o) de la mujer	11
Los medios de publicidad/comunicación	11
La Institución Religiosa	11
Análisis de campo	12
Metodología del problema	12
Entrevistas	12
Encuestas	13

Metodología del proyecto	13
Capítulo II	15
Marco Teórico del problema	15
Concepto de la menstruación a través de los años	15
Canales de recolección de información sobre la menstruación	15
Internet	15
Familia	16
Círculo social	16
Colegio	16
Consecuencia perjudiciales como resultado de la información distorsionada sobre la menstruación	17
Existencia de mitos	17
Creación de un punto de vista erróneo acerca de la menstruación	17
Dificultad al momento de buscar información verídica	18
Páginas con información ilegítima/errónea	18
Publicaciones virales en redes sociales	18
Pensamiento crítico al momento de investigar	19
Marco Teórico del proyecto	19
Concepto de ilustración	19
Tipos de ilustración	20
Ilustración tradicional	20
Ilustración digital	20
Ilustración editorial	21
Aplicada en fanzine	22
Fanzine	22

Definición del fanzine	22
Producción de un fanzine	22
El fanzine como canal de información	23
El fanzine en el Perú	23
Resultados de encuestas	24
Resultados de entrevistas	25
Estado del Arte del Proyecto	27
Referente Nacional	27
Referentes Internacionales	28
Capítulo III	30
Concepto del proyecto	30
Moodboard del concepto	31
Paletas de color	31
Tipografías	33
Citas visuales de estética del proyecto	34
Público objetivo	39
Proyecto de diseño	40
Pieza principal	41
Relación entre problema, concepto, público objetivo y proyecto	42
Marca del proyecto	43
Resultado	44
Diseño de la comunicación	53
Piezas empleadas	54
Fanzine	54
Tótem informativo	58

Redes sociales de la marca del proyecto	59
Afiches y stickers	61
Pósters del proyecto	62
Marcador de libro	64
Evaluación de pares	66
Conclusiones	69
Recomendaciones	69
Referencias bibliográficas	70
Referencias visuales	72
Anexos	75

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Women confused questions</i>	3
Figura 2. <i>Movimiento #bloodnormal</i>	3
Figura 3. <i>Marcha #FreePeriods para un periodo en condiciones para todos</i>	4
Figura 4. <i>I bleed</i>	4
Figura 5. <i>Period Shame: Menstrual Awareness in India</i>	4
Figura 6. <i>Preguntas</i>	5
Figura 7. <i>Mujer avergonzada</i>	5
Figura 8. <i>Silence</i>	5
Figura 9. <i>Adolescente con cólicos en casa</i>	6
Figura 10. <i>Elección</i>	6
Figura 11. <i>¿Cómo empezar?</i>	6
Figura 12. <i>Marcha #FreePeriods para un periodo en condiciones para todos</i>	6
Figura 13. <i>Woman worried</i>	7
Figura 14. <i>Menstrual pain</i>	7
Figura 15. <i>Pancarta de “No” al tabú de la menstruación</i>	7
Figura 16. <i>Period shaming</i>	8
Figura 17. <i>Moodboard del problema</i>	8
Figura 18. <i>Desinformación y mitos siendo compartidos en la internet</i>	19
Figura 19. <i>Portada de fanzine Mujeres Indígenas en Resistencia en la Historia del Perú</i>	27
Figura 20. <i>Portada de fanzine Historias del Paraíso</i>	28
Figura 21. <i>Portada de fanzine Menstruación. Un fanzine sobre género y salud global</i>	29
Figura 22. <i>Moodboard del concepto</i>	31
Figura 23. <i>Paleta de colores</i>	32
Figura 24. <i>Tipografías</i>	34

Figura 25. <i>No traço Delas</i>	34
Figura 26. <i>Menstruation</i>	34
Figura 27. <i>Menstruation Matters, Inphographic</i>	35
Figura 28. <i>Menstruation Matters, Social Media Post</i>	35
Figura 29. <i>Roja somos todas</i>	35
Figura 30. <i>Fast with us Website</i>	36
Figura 31. <i>Sem Voce</i>	36
Figura 32. <i>Tea with a swamp witch</i>	36
Figura 33. <i>Menstruar no invalida mis sentimientos</i>	37
Figura 34. <i>Infusiones</i>	37
Figura 35. <i>Los efectos de la menstruación en el cuerpo</i>	37
Figura 36. <i>Power to the Period</i>	38
Figura 37. <i>Female Power</i>	38
Figura 38. <i>Seize the Awkward</i>	38
Figura 39. <i>What's outside the simulation?</i>	39
Figura 40. <i>Logo "¡Adiós Andrés! Hola Menstruación"</i>	44
Figura 41. <i>Afiches</i>	45
Figura 42. <i>Afiche pegado en poste</i>	45
Figura 43. <i>Sticker</i>	46
Figura 44. <i>Sticker en la vereda</i>	46
Figura 45. <i>Afiche en tablero de universidad</i>	46
Figura 46. <i>Afiche en aseos</i>	47
Figura 47. <i>Tótem informativo en calle</i>	48
Figura 48. <i>Entrega de fanzine</i>	48
Figura 49. <i>Mostrando el fanzine</i>	49

Figura 50. <i>Leyendo el tótem</i>	49
Figura 51. <i>Rellenando encuesta</i>	49
Figura 52. <i>Explicando el fanzine</i>	50
Figura 53. <i>Encuesta P.O pregunta 1</i>	51
Figura 54. <i>Encuesta P.O pregunta 2</i>	51
Figura 55. <i>Encuesta P.O pregunta 3</i>	51
Figura 56. <i>Encuesta P.O pregunta 4</i>	52
Figura 57. <i>Encuesta general pregunta 1</i>	52
Figura 58. <i>Encuesta general pregunta 2</i>	52
Figura 59. <i>Encuesta general pregunta 3</i>	53
Figura 60. <i>Encuesta general pregunta 4</i>	53
Figura 61. <i>Portada y contraportada</i>	55
Figura 62. <i>Índice e introducción</i>	55
Figura 63. <i>Primer y segundo capítulo</i>	56
Figura 64. <i>Capítulo “El cambio de color en mi sangre”</i>	56
Figura 65. <i>Capítulo “Tú pregunta ellos responden”</i>	57
Figura 66. <i>Final del fanzine</i>	57
Figura 67. <i>Tótem informativo en evento 1</i>	58
Figura 68. <i>Tótem informativo en evento 2</i>	58
Figura 69. <i>Tótem informativo en evento 3</i>	59
Figura 70. <i>Tótem informativo en evento 4</i>	59
Figura 71. <i>Instagram de Adiós Andrés</i>	60
Figura 72. <i>Diseño de afiche</i>	61
Figura 73. <i>Diseño de sticker</i>	62
Figura 74. <i>Diseño de póster 1</i>	62

Figura 75. <i>Diseño de póster 2</i>	63
Figura 76. <i>Diseño de póster 3</i>	63
Figura 77. <i>Diseño de póster 4</i>	64
Figura 78. <i>Diseño de marca libros</i>	65

Capítulo I

Introducción

Desde que se conoció a la menstruación, ha existido un rechazo hacia este, especialmente en el ámbito social. Como cuando una mujer trata de disimular lo más mínimo que está en sus días, escondiendo los productos; cuando al querer preguntar por dichos productos se debe de susurrar lo más bajo para no “incomodar” a los demás con tal tema; cuando para hablar del tema con tranquilidad con otras personas, siente la necesidad de hablar con eufemismos. Cuando la menstruación es una fase natural del cuerpo de la mujer y no debería de ser tratada como algo por lo cual avergonzarse, sino un proceso completamente normal y natural, del cual todas las mujeres deberían de tener un conocimiento general amplio sobre tal. Dichas situaciones son muy normales de encontrar en cualquier lugar del mundo, incluso en Perú. Tan solo el uso de la palabra puede ocasionar un cierto nivel de rechazo en las personas, lo cual termina formando un tabú alrededor de este término y todo lo que abarca. Con la aparición de este tabú sobre la menstruación, se crea una barrera para acceder a información sobre ella, dificultando un mejor conocimiento en la salud de varias mujeres peruanas. Debido a que este tabú existe en un ambiente social, al momento de querer conocer más sobre la menstruación -pero sin tener una base fiable de información- termina recayendo en mitos siendo algunos dañinos para la salud de la mujer.

Adicionando, la cantidad de desinformación que existe sobre este tema, el cual abarca desde información del boca a boca por personas cercanas del círculo social, hasta páginas en internet las cuales no cuentan con una fuente de información verídica, actualizada o respaldada por profesionales del tema, incluyendo las famosas redes sociales donde un post puede hacerse viral donde esparce información sin sustento.

Descripción del Problema Encontrado

Para poder conocer un significado más acertado y contextualizado sobre lo que significa el

tabú Moreno (1998) menciona que se utiliza dicho término cuando nos referimos a una palabra que debe evitarse ya sea por motivos sociales, políticos, sexuales, supersticiosos o religiosos, debido a que dicha palabra provoca un rechazo. En el contexto de la menstruación, no solamente abarca el rechazo de la palabra, también lo que representa. La información es cortada o censurada para no hablar directamente de ella y también ocurre con las imágenes representativas de ello; por ejemplo, la sangre menstrual que a muchos resulta algo desagradable. La mayoría de información que se recibe está ligada al concepto biológico y reproductivo de la menstruación, pero no relacionados a temas de salud menstrual. Esto se debe a que el tabú ha permitido solo obtener información en relación al papel reproductivo de la mujer, construyendo una barrera en el entendimiento de la menstruación, dejándolo solo en el tema reproductivo cuando no solo es todo lo que abarca el ciclo menstrual. Por otro lado, la falta de información que se origina como consecuencia, provoca temores y mitos originando un concepto erróneo de este proceso en varias mujeres. Botello y Casado (2015), nos comentan que mientras más información obtienen las mujeres, menos temores e inseguridades se originan en ellas. Es por eso que es fundamental que las mujeres estén completamente informadas sobre dicho tema, para no dar cabida a temores o inseguridades en ellas, sino que sientan que se conocen y como consecuencia, un orgullo ante tal sentimiento sobre su cuerpo. Ayudaría a reducir el concepto de vergüenza sobre la menstruación, permitiendo formar un espacio para poder hablar libremente sobre dicho tema, dar espacio a preguntas, dar espacio a conocer nueva información que se viene investigando con el paso del tiempo.

Problema Principal

La información distorsionada sobre la menstruación como consecuencia del tabú que la rodea entre mujeres de 18 a 24 años de una universidad privada en Lima Metropolitana

Problemas Secundarios

Creencia de falsos mitos debido a la información distorsionada sobre la menstruación como consecuencia del tabú que la rodea entre mujeres de 18 a 24 años de una universidad privada en Lima Metropolitana

La vergüenza social por consecuencia de la información distorsionada sobre la menstruación como consecuencia del tabú que la rodea entre mujeres de 18 a 24 años de una universidad privada en Lima Metropolitana

Citas Visuales del Problema.

Figura 1

Women confused questions.



Nota: Sin autor (s.f)

Figura 2

Movimiento #bloodnormal.



Nota: Loh, always y Libra (2019)

Figura 3

Marcha #FreePeriods para un periodo en condiciones para todos



Nota: BBCNewsbeat (2017)

Figura 4

I bleed



Nota: Davidge. (2015)

Figura 5

Period Shame: Menstrual Awareness in India



Nota: Geraj (2021)

Figura 6

Preguntas



Nota: Vote y Nankerv1s (2020)

Figura 7

Mujer avergonzada



Nota: iStock (2018)

Figura 8

Silence



Nota: Mesa y Wordley (2018)

Figura 9

Adolescente con cólicos en casa



Nota: HealthyChildren (2020)

Figura 10

Elección



Nota: iStock (2021)

Figura 11

¿Cómo empezar?



Nota: iStock/Thinkstock (s.f)

Figura 12

Marcha de #FreePeriods para un periodo en condiciones para todos



Nota: Jones/PA Archive (2017)

Figura 13

Woman worried



Nota: Yarema (s.f)

Figura 14

Menstrual pain



Nota: Cultura Creative RF (s.f)

Figura 15

Pancarta de "No" al tabú de la menstruación



Nota: La Opinión (2021)

Figura 16

Period shaming

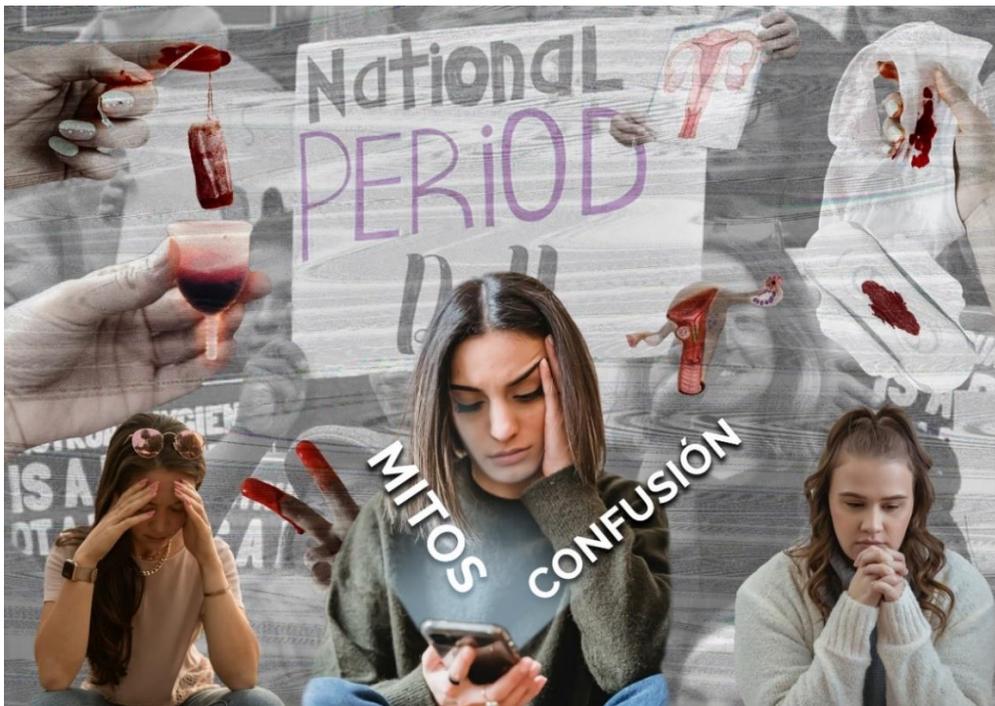


Nota: Pathdoc (s.f)

Moodboard del Problema

Figura 17

Moodboard del problema



Nota: Elaboración propia (2023)

Justificación de la Investigación

Se investigará sobre la información distorsionada de la menstruación debido a la existencia del tabú social de aquella. Se eligió dicha investigación, debido a que restringe el acceso a nueva información sobre el ciclo menstrual de las mujeres. Tal restricción puede ocasionar

que ellas pasen una mayor parte de su vida viviendo sin saber si la información que tienen sobre la menstruación es suficiente o la adecuada para el beneficio de su salud menstrual. Incluso, como ya hemos visto antes, se puede dar el caso de que la información no salga del círculo familiar y acabe en mitos o prácticas dañinas para la salud de la mujer en algunos casos. Al silenciar dicho tema reduce la poca información disponible que se puede tener como conocimiento general, pero si hablamos de nuevas investigaciones, nueva información, nuevos métodos para lidiar con ella, existe una brecha aún más grande para poder acceder a ella, sobre todo saber dónde encontrar una fuente fiable de ello. Aparte de ello, en el tema social le damos una connotación negativa que puede afectar la imagen de la propia mujer al pensar que el ciclo menstrual es algo de lo que hay que avergonzarse. Cuando en realidad, no le deberíamos de dar connotación alguna, ya que es parte de la vida de cada mujer menstruante.

Es importante dar acceso a una buena educación menstrual enfocada, no solamente en los aspectos reproductivos de la mujer, sino también incluyendo información de la disposición de productos sanitarios, una buena higiene menstrual, conocer más a fondo sobre todos los trastornos menstruales. Dicho acceso, puede crear la diferencia en cómo la menstruación es percibida por todos, el conocer más sobre un tema, lleva a la normalización del tema, por lo tanto, ayudaría a dejar de lado el tabú social que se ha creado.

Pregunta de Investigación

¿En qué medida el diseño de un fanzine informativo ilustrado puede contribuir a un mejor entendimiento sobre la menstruación en mujeres de 18 a 24 años de una universidad privada de Lima Metropolitana?

Hipótesis

El diseño de un fanzine informativo ilustrado contribuye a mejorar el entendimiento sobre la menstruación en mujeres de 18 a 24 años de una universidad privada de Lima

Metropolitana.

Análisis de Actores

Mujer universitaria de 18 a 24 años de Lima Metropolitana

Es una mujer que probablemente ha recibido información sobre la menstruación durante su educación escolar, sin embargo, puede haber sido solamente enfocada al sistema reproductivo de la mujer -como el ciclo menstrual enfocado en los días fértiles- omitiendo información sobre el bienestar de la propia mujer. Puede que su conocimiento se vea limitado debido a que ella aún experimenta un nivel de vergüenza respecto al tema debido a los tabúes. Teniendo como consecuencia no permitirle acceder a una información más actualizada o correcta sobre este tema.

La familia de la mujer

Son el primer apoyo de la mujer, y donde ella acudirá para asesoramiento y ayuda. Puede que las mujeres de la familia se sientan más abiertas al tema y se ayuden mutuamente, pero prefieren no hablar o comentar sobre el tema cuando los hombres están alrededor. Incluso puede que se retiren a otro cuarto o al baño, a hablar sobre si hay algún dolor o si ya “llego el día”, además de tener pastillas y productos sanitarios escondidos debido a esa razón. Puede que los hombres de la familia, no quieran hablar del tema ya que lo encuentran incómodo o desagradable, incluso puede que no sepan nada del tema.

Círculo social de la mujer

Son las amistades más cercanas a la mujer, puede que ellos cubran por ella en caso de un repentino suceso o le den los productos sanitarios necesarios cuando lo necesite. Puede que estén más abiertos a comentar sobre el tema, las experiencias que han tenido que afrontar con el tabú. Creando un lugar seguro para hablar sobre el tema.

Estudiantes de la universidad donde asiste ella

Son personas conocidas, pero no tan cercanas a la mujer. Puede que tengan

opiniones diferentes al respecto a este tema. Incluso pueden ser los que generan el tabú, al ayudar a crear un ambiente incómodo al hablar sobre el tema.

Ginecóloga(o) de la mujer

La persona más capacitada para proveer información sobre cualquier duda respecto a la menstruación. Sin embargo, puede que existan barreras en su relación con la paciente que compliquen el proceso de recolección de información. Por ejemplo, el sexo del ginecólogo(a), la vergüenza ajena de hablar sobre algo íntimo de la persona o su mismo cuerpo. Puede que también se presente el pensamiento que no es una necesidad ir al ginecólogo, que pueden encontrar la información en internet sin saber identificar páginas con correctas referencias e información clara.

Los medios de publicidad/comunicación

Ellos cubren un rol indirecto en el tabú de la menstruación de manera inconsciente. Por ejemplo, el cómo se publicita tales productos sanitarios, antes para representar el flujo se usaba líquidos azules y eufemismos/frases para referirse al período, o trataban de no mencionarlo en lo más mínimo. Afortunadamente, ahora la publicidad va tomando un rumbo diferente, mostrando sin miedo como es la sangre y utilizando más libremente la palabra. Sin embargo, aún pueden estar publicitando mensajes indirectos del tabú, como que la menstruación debe de pasarse lo más discreto posible y que nadie se dé cuenta, verlo como una etapa de alegría ahora que lo puedes disimular.

La Institución Religiosa

Es una de las grandes instituciones que ayudan a la existencia del tabú de la menstruación. Ya que en el antiguo testamento encontramos versículos donde se comenta que la mujer que menstrua está contaminada y no se debe de contactar con ella mientras sangre. Esta idea, a pesar de ser antigua, muestra una parte de la posición de la iglesia sobre el cuerpo femenino.

Análisis del Campo

Este problema social, sucede frecuentemente en ambientes sociales, como reuniones familiares, amicales o en los lugares de estudio. Se enfocará la investigación en el lugar de estudio principal de nuestro público objetivo, universidades privadas de Lima Metropolitana. Se verá, qué tan accesible es la universidad en lo que respecta crear un ambiente para promover la educación menstrual, además de poder reconocer que tan fácil sería posible para las alumnas el tener la incentivo de conocer más sobre el ciclo menstrual a través de este proyecto. Es conocido que, en los últimos tiempos, nuestro público objetivo también socializa a través de redes sociales, es por eso que también se considera dicho campo en este proyecto. Se realizará un seguimiento a los posts con hashtags sobre la menstruación, se revisarán las reacciones a dichas publicaciones por medio de comentarios, además de estudiar cuáles son los posts que reciben mayor atención y aceptación en dicho hashtag.

Adicionalmente, se realizará un estudio de campo, a través de entrevistas y encuestas a mujeres universitarias de entre 18 a 24 años y ginecólogos obstetras, siendo las encuestas realizadas por un medio digital y las entrevistas por medio de reuniones virtuales.

Metodología del Problema

Se realizarán entrevistas a ginecólogos obstetras, que cuenten mínimo con 3 años de experiencia en el rubro; se contará con otras entrevistas a mujeres sobre sus experiencias con la menstruación durante su vida. Además, de realizar encuestas digitales a mujeres universitarias de entre 18 a 24 años.

Entrevistas

Se planea entrevistar a 2 mujeres que han menstruado durante un gran período de sus vidas de edades entre 18 a 24 años. Se planea conocer sobre sus experiencias vividas respecto al tabú de la menstruación, y las consecuencias que podría haber representado en su vida

cotidiana. Además, de cómo este les ha podido afectar al momento de querer conocer una mejor información sobre el tema.

Se llevarán a cabo 2 entrevistas a profesionales de la ginecología y obstetricia. Con el objetivo de descubrir sobre cómo dicho tabú podría representar un obstáculo durante sus trabajos. Además de investigar sobre qué dudas son las que más reciben respecto al tema y sobre qué información consideran que todas las mujeres peruanas deberían de conocer.

Encuestas

Se procederá a encuestar a 50 mujeres de entre 18 a 24 años. Debido a que se quiere conocer el nivel de información que poseen respecto a la menstruación. Además de comprobar si la existencia del tabú estuvo relacionada en dicho nivel actual. Se utilizará la escala de Metcon de Botello et al. (2019) para la recolección de información

Metodología del Proyecto

El proyecto consiste en diseñar un fanzine informativo ilustrado donde se tocarán los temas más relevantes del ciclo menstrual y los más importantes a tomar en cuenta. El fanzine informativo ayudará a tener acceso a una herramienta con información precisa y concreta sobre el tema, abordando el problema de la información distorsionada de la menstruación. El fanzine al ser rápido y fácil de leer será la mejor herramienta para no resultar como un inconveniente ante el público, además junto con las ilustraciones captará la atención visual del público por querer saber más del tema. El objetivo de dicho fanzine es el de lograr que las mujeres aprendan más de sus cuerpos mediante una herramienta visual y con información fiable por profesionales. Primero, se definirán los temas, gracias al índice del fanzine, luego se realizará el transcrito de todo el texto del fanzine para ser enviado y aprobado por las profesionales de ginecología; segundo, se dividirá las secciones del fanzine, para luego revisar que partes de la información irán acompañadas o reemplazadas por una determinada ilustración; tercero, se buscarán referencias de diseño de esquemas editoriales para el

fanzine; cuarto, se realizarán bocetos de la distribución del texto con las ilustraciones que ya se han determinado; quinto, se procederá a realizar bocetos *raft* a color de las ilustraciones para ver como conviven con el texto; y por último, se volverán enviar dichos bocetos acompañados de una diagramación inicial a un profesional de diseño editorial y a las profesionales de ginecología para la aprobación de la primera versión del fanzine.

Capítulo II

Marco Teórico del Problema

Concepto de la menstruación a través de los años

Sería de conocimiento lógico que la menstruación ha existido desde siempre, desde que empezó la menarquía de la primera mujer. Sin embargo, si se toma un vistazo a la historia del mundo en relación a la menstruación, se puede ver que, a pesar de tener tanto tiempo, ha sido y sigue siendo un tema del por el cual avergonzarse, ocultarse, o darle significados negativos en el paso del tiempo. Por ejemplo, gracias al ciclo mensual que posee la menstruación, se le ha relacionado con la luna y dado significados místicos e incluso curativos, pero también se le atribuyó sustancias perjudiciales a la salud; a pesar de aquello, mientras más avanzamos en el tiempo, dicho pensamiento místico se ha ido mitigando, para dar paso a dar a la sangre menstrual una interpretación de impureza o enfermedad durante los días en los cuales se presentaba, dando como resultado que terminen siendo aisladas durante aquellos días para no “propagar” dicha impureza (Gómez-Sánchez et al., 2012) . Se puede apreciar que, en varias culturas a través del tiempo, siempre ha estado presente la idea de impureza o de peligro cuando se refiere a la sangre menstrual. Dando como resultado, la creación de un tabú debido a la vergüenza que se ha logrado crear por tales conceptos que se le ha dado a través de los tiempos.

Canales de recolección de información sobre la menstruación

Internet. La internet es conocido por ser uno de los lugares más accesibles al momento de buscar información sobre un tema en específico. Como podemos apreciar en los resultados de la encuesta realizada en la presente investigación de 51 encuestadas, el 82.4% indico que utiliza Google como su fuente principal de información en lo que respecta la menstruación, se puede deducir que la plataforma de internet, es uno de los más usados en recolectar información. Sin embargo, si no se tiene la debida consideración al momento de

investigar, es muy probable que la persona se encuentre con páginas sin información verídica, fuentes fiables o que se encarguen de divulgar desinformación sobre el tema. Siempre se recomienda estar atento a las fuentes de información en las páginas web que se visitan con el objetivo de informarse sobre un tema en específico, para no caer en la desinformación. En especial, cuando se habla de un tema donde la mayoría de información verídica proviene de estudios y revistas académicas, y no de cualquier página que se pueda encontrar.

Familia. El primer acercamiento social que cada persona posee. En el caso de las mujeres menstruantes, es muy probable que su primer acercamiento sobre conocer lo que es la menstruación, se dio gracias a las explicaciones de sus madres durante su primera menarquía. Como indica la entrevistada Humberto (2023), indica que la mayor recolección de información que obtuvo fue por parte de su madre, y después, comenzó a investigar por ella misma sobre tal tema. Sin embargo, se puede inferir que no todos los padres son los expertos en este tema, puede que incluso no tengan la profesión de ginecólogo obstetra. Como nos puede indicar Botello y Casado (2015), la existencia de ideas falsas, referidos a las mujeres durante la menstruación, son de gran cantidad, dichas ideas no suelen tener una base científica, además de poner en repercusión la salud de las mujeres, por seguir tales ideas.

Círculo social. En este apartado, nos referimos más a las personas con las cuales se podría considerar que están presentes de forma rutinaria en nuestro día a día, como nuestros amigos más cercanos. En cuestión de ser un medio de información, se puede indicar que se tiene un mismo nivel de confianza como el de la familia, por lo tanto, también puede tener el mismo nivel de veracidad en tal información. Puede provenir de rumores, de información dada por sus familias, o que hayan visto en redes sociales. Sigue sin ser una fuente de información completamente verídica, además de probablemente tener el mismo nivel de experiencia o conocimiento en este tema que el público objetivo.

Colegio. El colegio es el primer lugar a donde se va para recibir información de la

mano de profesionales en sus respectivos temas. Sin embargo, en lo que respecta a los temas de educación menstrual, según Motta et al. (2017) indica que no hay una normativa que respalde la educación sexual integral en los colegios del Perú, en el cual se incluye información sobre la menstruación, o si en caso se aplica tal educación, no se tiene un régimen serio en llevarlo a cabo al pie de la letra. Por lo cual, conlleva a que el colegio, no sea un referente del todo confiable en lo que conlleva la educación menstrual.

Consecuencias perjudiciales como resultado de la información distorsionada sobre la menstruación

Existencia de mitos. Según la Real Academia Española (s.f, definición 4) un mito es “persona o cosa a la que se atribuyen cualidades o excelencias que no tiene”. En el caso de la menstruación, debido a la poca información, o a la incorrecta información dada a las mujeres menstruantes, se le han atribuido ideas o especificaciones sin ningún fundamento científico. Por ejemplo, Botello y Casado (2015), nos comentan en su investigación han encontrado la existencia de diversos miedos hacia la menstruación en su muestra (24 mujeres de medio rural y urbano de diferentes generaciones), y cuyos miedos no tenían fundamento científico, y aun así ellas los creían debido a su desconocimiento en el tema; uno de los más relevantes, siendo el miedo respecto a la higiene durante la menstruación, indicando que la sangre menstrual era incompatible con el agua y daba como resultado efectos devastadores para la salud. Los mitos, fomentan la desinformación sobre la menstruación, sino también prácticas que pueden poner en riesgo la salud personal del público.

Creación de un punto de vista erróneo acerca de la menstruación. Debido a la desinformación que rodea a la menstruación, se ha creado una imagen errónea sobre este proceso fisiológico. Dicha imagen, solo ayuda a seguir fomentando el tabú y la vergüenza que conlleva, lo cual impide que se pueda abrir un tema de conversación sobre este proceso para dar otros puntos de vista diferentes, y así dar la oportunidad a más personas a tomar otro

punto de vista. Si se logra crear un entorno donde se puede ver al ciclo menstrual, con un tono neutral, daría paso a hablar más sobre tal tema y dar paso a la curiosidad de conocer más, así ayudando a incentivar a investigar e informarse sobre tal tema.

Dificultad al momento de buscar información verídica

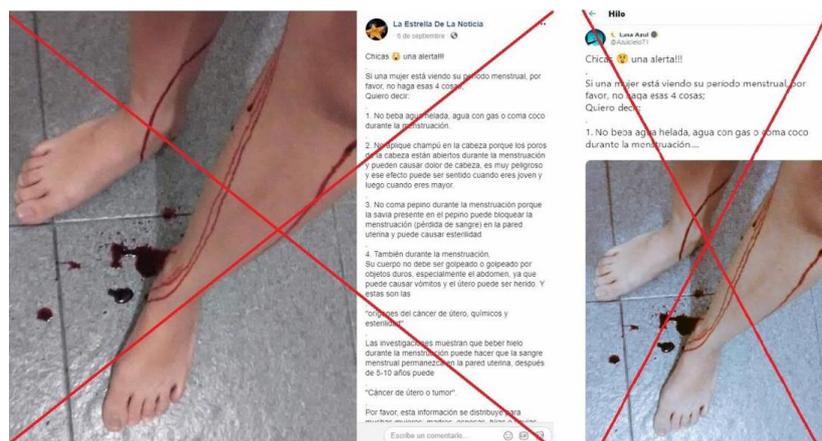
Páginas con información ilegítima/errónea. Al ser el internet una entidad donde se puede acceder a toda clase de información respecto a un tema, es muy probable que muchas personas hayan extraído información de algunos sitios, otras hayan extraído de aquellos sitios, y así infinitamente, dando como resultado una gran variedad de páginas web donde la información tiene una misma relevancia que el boca a boca. Es por eso que, para combatir con tal desinformación, siempre se debe de checar al final de cada página, las fuentes referenciales, o si dicha información ha sido validada por al menos un profesional en el tema.

Publicaciones virales en redes sociales. Así como la mayoría del mundo puede acceder a internet, también pueden crear un perfil en las distintas redes sociales y postear la información que deseen a cualquier persona que se encuentre con dicha publicación, en el caso de las publicaciones virales, a una gran porción más allá de los seguidores en redes sociales. Como podemos ver en la Figura 18, en dos redes sociales populares, se hicieron virales publicaciones donde daban “recomendaciones” de que o no hacer durante la menstruación, ya que las consecuencias serían tan graves como el cáncer de útero o tumor. Tal publicación, nació de los mitos que rodean a la menstruación sin fundamentos científicos, y ponen en riesgo, no solo la calidad de vida de la mujer menstruante, sino también su salud mental. El estar atenta a cada detalle gracias a esta publicación, porque si no tendría como consecuencia un cáncer de útero, causaría un gran estrés durante este proceso. Siempre se debe de corroborar publicaciones de redes sociales, con el perfil, saber si es de parte de una organización reconocida en el sector de la salud, o si es por parte de un profesional con experiencia en el tema; con los comentarios de tal publicación, probablemente algún

profesional llego a tal publicación y ayude a probar la veracidad de tal información; y con la información en sí, aunque parezca de una fuente fiable, siempre es bueno investigar de más sobre este tema, con profesionales o fuentes verídicas.

Figura 18

Desinformación y mitos siendo compartidos en la internet



Nota: AFP México (2019)

Pensamiento crítico al momento de investigar. El pensamiento crítico es aquella habilidad que, gracias al crecimiento académico, de conocimientos y de experiencias profesionales pueden realizar una toma de decisiones acertada según el juicio de dicha persona (Mackay et al., 2018). Podemos deducir que, para poder encontrar información con relevancia verídica frente a nuestro juicio, no basta con tener un buen pensamiento crítico, sino que tenemos que nutrirlo para poder saber cómo diferenciar cada información y así poder tomar nuestra posición frente al tema, con más confianza en nuestro conocimiento.

Marco Teórico del Proyecto

Concepto de la Ilustración

La ilustración es una disciplina que ha sido empleada en la transmisión de información textual hacia el público en el cual se dirige, es decir, logra mejorar no solo el aspecto de dichas obras textuales, sino que mejora la representación visual de un texto o concepto de una forma rápida y efectiva de comprender, incluso sobrepasando los rangos de tiempo en el cual puede ser

entendido (Menza et al., 2016). Gracias a los hallazgos anteriores, podemos indicar que la ilustración es considerada una forma de representación visual efectiva al momento de interpretar información textual. Además de, mejorar en la rápida interpretación y entendimiento de la información gracias a los elementos de diseño que se incorporan en tal disciplina.

Tipos de Ilustración.

Ilustración tradicional. Como nos podría indicar Fernández (2019) el arte tradicional empieza con el lienzo, las texturas que ofrecen los materiales, las pinceladas más humanas, etcétera. No se podría considerar un tipo, sino la misma esencia de los inicios de la ilustración, un lienzo y el pintor con lo que tenga a la mano. Existen diferentes materiales, gracias al paso del tiempo, algunos al alcance de todos y otros aún difíciles de poder conseguir para un artista novato. Empezando con los más conocidos, el lápiz, el bolígrafo, acuarelas, acrílicos, lápices de colores, lápices acuarelables, marcadores a base de alcohol, tizas, gouche, etc. Así como cada material ofrece una diferentes experiencia, técnica y resultado, también el pintor ofrece un resultado diferente, no solamente por el material, sino por su destreza y estilo artístico. A pesar de la variedad de materiales a la disposición de uno, siempre hay limitaciones en el arte tradicional, los errores pueden costar horas de trabajo y no hay forma de revertirlo, a menos que rehacer toda la pieza de nuevo, dando como resultado un gran obstáculo en el tiempo de entrega. En algunos casos, los errores se pueden ser beneficiosos para la originalidad de una obra, y dándole una nueva perspectiva. Adicionalmente, no se puede negar el gran distintivo de la ilustración tradicional, como dicho al inicio, las texturas y las pinceladas únicas que se forma al momento de realizar una obra, son uno de sus distintivos más únicos y fuertes a destacar.

Ilustración Digital. Fernández (2019) menciona el progreso de la era digital en el arte, como se ha dado el salto del lienzo al ordenador abriendo una ventana a una nueva

experiencia en el arte. En este caso, los materiales a utilizar, recaen en los programas a utilizar según también el tipo de ilustración que se desee realizar. Uno de los tipos más reconocidos en el arte digital, es el arte vectorial. Para tal arte, se debe de utilizar programas que tengan la herramienta de vectores, como Adobe Illustrator o Corel Draw. Si bien se centra en la creación de formas y la armonía de colores para realizar sombras e iluminaciones, también se incorporan las herramientas de degradado como un auxiliar para una representación más realista. Si se exporta en tal programa como un JPG/PNG/TIFF y se abre en un programa bitmap como Adobe Photoshop, con ayuda de las capas y sus diferentes variedades de aplicación, se pueden incorporar texturas a tal pieza. Por otra parte, otro tipo de ilustración es el arte bitmap (con programas de pintura digital) en el cual los programas más utilizados son Adobe Photoshop, Clip Studio Paint, Paint tool Sai, entre otros. Para lograr un mejor dominio en la pintura digital, se recomienda utilizar una tableta gráfica junto con un lápiz *stylus* de la misma marca, aunque también se puede lograr un acabado decente con un gran dominio del ratón del ordenador. Los acabados, tal como en la ilustración tradicional, dependen del tipo de pincel a escoger en el programa, y la experiencia en el arte digital de la persona. Pasar de un ambiente tradicional donde se tiene un control en los trazos más directo, a uno condicionado a los niveles de presión de una tableta, es difícil. Sin embargo, el martirio de volver a aprender a dibujar también tiene sus beneficios, aunque se esté limitado en las texturas o la libertad de trazados, hay una libertad de colores, tamaños, pinceles digitales y tiempo.

Ilustración Editorial

Según Herzel (2019) la ilustración tiene como objetivo sacar a la luz, iluminar o descubrir en relación con un texto, por lo tanto, en el aspecto de la ilustración editorial este es un lenguaje visual el cual se enfoca en la creación de imágenes como acompañantes del texto del cual se refieren. Podemos inferir, como anteriormente se planteó, la ilustración nace de la necesidad de transmitir visualmente la información de una obra textual. Es de allí que nace la ilustración

editorial, donde se enfoca en la relación entre el texto y la imagen, dando como resultado una mejor interpretación del mensaje del emisor para el receptor.

Aplicada al fanzine. Si la ilustración editorial es un medio de creación de imágenes para un libro, entonces este medio podría ser realizado para un fanzine. El fanzine al ser una revista, normalmente autopublicada, tiene como objetivo expresar un mensaje a través del contexto de la información textual que provee. Por lo tanto, para ayudar a expresar dicho mensaje, las ilustraciones ayudarían a dar una claridad visual al texto y lo que se refiere. Incluso a pesar de la relación entre ilustración y el texto, se han visto diversos fanzines donde incluso a falta de texto, con solo tener un concepto claro la ilustración ayuda a entender el contexto del mensaje que se desea transmitir.

Fanzine

Definición del fanzine. Según el Ministerio de Educación del Perú (2020) nos explica de forma sencilla, el fanzine es en una revista normalmente autopublicada de bajos recursos, ya que, es donde se plasman lo que la persona desee comunicar a través de este medio con sus propias palabras. El fanzine es un medio que ayuda a comunicar la opinión o voz de la persona sobre un tema en específico, a las personas que deseen leerlo y, por lo tanto, escucharlo. Para este proyecto se busca transmitir información verídica sobre un tema social como la menstruación, no en base de opiniones o conceptos personales. Sin embargo, no se planea quitar la esencia de lo que hace un fanzine, dar a conocer un tema social que ha sido aplazado, a través de la voz de una persona que empatiza con el problema y desea generar un cambio en este.

Producción del fanzine. En lo que respecta a la producción de un fanzine, se puede resumir en una sola abreviatura D.I.Y (*Do It Yourself*), es decir, hazlo tú mismo. Los fanzines mayormente al ser autopublicados, también incluye el proceso de producirlos por la misma persona. El cual da una gran libertad al momento de decidir la experiencia de lectura. El

fanzine tal como la ilustración puede realizarse tradicionalmente o digitalmente. En la forma tradicional, es realizar al fanzine a mano, escribir, dibujar, pegar imágenes, pintarlo, etc., si se desea replicarlo entonces cabría la posibilidad de escanear dicho trabajo para su reproducción en masa. En lo que respecta a la producción en digital, es realizarlo en la computadora, diagramar el texto, escanear dibujos, realizar los dibujos digitalmente, integrarlos a la diagramación, y por último, imprimirlos. Por el lado de la encuadernación, uno de los más populares es doblar una sola página y de allí sacar la cantidad de hojas deseada, siendo un máximo de 8; por otro lado, también existe un cosido con hilo y aguja, para unir todas las hojas; por último, la encuadernación con grapas. Sin embargo, si el material no son hojas, sino otro tipo como madera, cartón, también se tendría un tipo distinto de encuadernación.

El fanzine como canal de información. Como nos explica Castro (2018) el fanzine nació de la necesidad de contar opiniones, historias sobre sucesos sociales en la historia, se convirtió en una forma de contrarrestar información general con la de la boca de las propias personas sobre un tema respectivo, es un medio de arte que ayuda a crear espacios libres para intercambiar ideas y opiniones sobre un tema en específico. El fanzine ha sido un medio creado por una persona para un nicho de personas interesadas en el tema a hablar, por lo tanto, es uno de los mejores medios para poder informarse sobre un tema en específico que es de interés a esas personas. Ya que, están realizados para hablar sobre un respectivo tema, ayuda en el proceso de encontrar información más rápida y sencilla sobre dicho tema, en el caso de este proyecto la menstruación. No solo eso, dará espacio a crear el habla sobre dicha información y el porqué es tan importante el estar informados sobre el ciclo menstrual, para ayudar a contrastar el tabú social que lo persigue.

El fanzine en el Perú. En lo que respecta al movimiento del fanzine en el Perú, en el proceso de esta investigación se ha podido rescatar algunos proyectos con temática social realizados en Perú con ayuda del fanzine. Por ejemplo, “Mujeres indígenas en resistencia en

la historia del Perú” siendo fomentado por la Organización Nacional de Mujeres Indígenas Andina y Amazónicas del Perú (ONAMIAP, 2018) cuyo objetivo es ayudar a dar visibilidad a la importancia de la participación de las mujeres indígenas en la historia del Perú. Por otro lado, Minedu en el 2020, gracias a la implementación del programa educativo Aprendo en Casa, educación secundaria, fomento en uno de sus cursos de comunicación la creación de un fanzine como una herramienta de almacenamiento de información de las clases de Aprendo en Casa. En tal proyecto, incentivaba la creación de historias sujetas a información para tener un registro de lo aprendido de forma interactiva. Gracias a estos dos ejemplos, podemos ver el reconocimiento que tiene el fanzine en el Perú, como medio de difusión no solo de ideas u opiniones, sino de información importante para la población peruana.

Resultados de encuestas

La encuesta fue realizada a 51 mujeres de universidades privadas de Lima-Metropolitana. Siento el 45.1% de encuestadas entre las edades de 22-23 años, y el 15.7% entre edades de 18-19 años. Un 78.4% logra afirmar que sabía con seguridad cuando había empezado la menarquía (la primera menstruación). Según nuestras encuestadas, los lugares de mayor porcentaje donde sentían que el tema de la menstruación era un tabú son el colegio con 60.8%, las reuniones sociales con amigos con 34%, las reuniones con familia y la casa ambas con un 26%, por último, un 18% sentían que no era tabú en ningún lugar. El 62%, confirma que probablemente no pueda identificar con seguridad las diferentes etapas del ciclo menstrual. En lo que respecta a conocimiento de los funcionamientos fisiológicos del ciclo menstrual en una escala del 1 al 10, el mayor puntaje es 6 con un 18%, seguido del puntaje 7 con un 16%, finalmente el puntaje 3 y 8 con 14%. En lo que respecta, sobre el conocimiento de trastornos menstruales tales como SPM, dismenorrea, amenorrea, entre otros, el 72% indica que probablemente no conozca todos los trastornos mencionados y más. El 82% indica que su primera fuente de información respecto a la menstruación son

las páginas web, seguido por un 34% que indica que su primera fuente es su familia. Sin relevancia al resultado anterior, se preguntó si es que buscarán en internet información sobre la menstruación, qué tan probable es que solo accedan a la primera opción presentada en dicho buscador, en una escala del 1 al 10, siendo el número 8 (18%) en la escala la respuesta con más porcentaje, siguiendo el número 4 y 5 (16%) en la escala con la segunda respuesta con más porcentaje. Un 84% concluye que sabe diferenciar información dudosa de una verídica. Al realizar la pregunta ¿Qué tan probable es que aun cuando sé que la información podría ser de dudosa procedencia termino creyendo en ella? Un 34% respondió que no sabría con seguridad cómo actuar antes tal situación, un 28% indicó que probablemente no, un 18% indicó que sería muy improbable, y un 16% indica que probablemente terminarían creyéndolo. Un 60% indica que si tiene dudas sobre la menstruación estaría más dispuesta a recurrir a una página web con información concreta y simple, pero sin fuentes referenciales, frente a una revista de estudios médicos. Por último, en lo que respecta a la dificultad en encontrar información nueva/actualizada acerca de la menstruación en una escala del 1 al 10, un 22% indica en un nivel 8 lo difícil que es poder encontrarla.

Resultados de entrevistas

En lo que respecta a las entrevistas, se realizaron primero dos entrevistas a profesionales en la ginecología obstetra, John Mendoza Valdivieso y Silva Herrera Dubraska. En ambas entrevistas se resaltó, que la mayoría de pacientes de mujeres jóvenes que acuden a sus servicios normalmente no tienen un buen conocimiento sobre la menstruación, sino que mayormente dicha información proviene del boca a boca en su círculo familiar. Lo cual lleva a la creencia de mitos que ellos ayudan a dar a entender que no son ciertos. Uno de los resultados que más impacto tuvo, es que aproximadamente un 99% de las mujeres que van a las consultas no saben con seguridad cuando empieza su ciclo menstrual, o cuando

debería de empezar, lo cual indica un problema para el profesional, ya que dicha información es de las más importantes al momento de acudir a ellos por problemas relacionados al ciclo menstrual. Ambos indican, aunque la paciente está dispuesta a conocer más sobre su cuerpo, sobre la menstruación, el tiempo de cada consulta es un gran impedimento al momento de querer recíprocar dicho afán de conocimiento, ya que deben de atender a más personas, no logran satisfacer la curiosidad de tales pacientes. Al final concluyen, que si se profundizará el aprendizaje menstrual en las mujeres adultas jóvenes podrían ayudar a una mejor comunicación entre el paciente y el profesional, dando como resultado una consulta fructífera entre ambos.

Por otro lado, se realizaron 2 entrevistas a mujeres menstruantes de entre 18 a 24 años, Angela Paucar y Chiara Humberto. En ambas entrevistas ambas afirman haber recibido información sobre la menstruación por parte de sus colegios y familia, sin embargo, ambas tuvieron una experiencia diferente. Por el lado de Paucar, la información que proporcionó el colegio no fue lo suficientemente concisa y tal información, se dio solo en dos ocasiones anuales y por parte de una fuente externa, a tal punto que no logra recordar la información que le dieron con precisión. Por el otro lado de Humberto, indica que la información que se le fue dada por el colegio era algo recurrente, sin embargo, la información no era del todo específica y era algo ambiguo, indica que la mayor información se la indicó su familia, incluso confirma que su conocimiento actual se debe a ellos y no a la información brindada por el colegio.

En la experiencia de Paucar, comenta que le ha sido difícil encontrar información fiable respecto a la menstruación por páginas web, ya que no siempre logra encontrar fuentes de información fiables en ellas. Por otro lado, de la experiencia de Humberto, indica que, debido a una condición personal, le ha llevado a tener que sí o sí estar más informada sobre la menstruación, tener que seguir investigando y leyendo de fuentes que sean fiables. Sin

embargo, recalca que si hubiera tenido a su disposición más temprana una herramienta donde tuviera a la mano información específica de la menstruación, le hubiera ayudado a conocer más sobre su cuerpo y llegar a una conclusión tal vez más segura sobre su condición mucho antes que actualmente.

Estado del arte del proyecto

Referente Nacional

“Fanzine: Mujeres indígenas en resistencia en la historia del Perú”, desarrollado y creado por la ONAMIAP en octubre del 2018 en Perú. Se creó dicho fanzine para conocer sobre las historias de luchas de las mujeres indígenas peruanas. Debido a la importancia de remarcar la pluralidad de pueblos y mujeres indígenas. Parte de la cosmovisión al momento de crear dicho fanzine, es rememorar a representantes ancestrales peruanas, quienes son base fundamental de las culturas originarias. Es por eso que el fanzine, se centra en conmemorar a dichas mujeres, con su historia, sus logros y su impacto que tuvieron en dicha época en el Perú. Gracias a dicho fanzine, se logró visibilizar la diversidad de culturas indígenas en el Perú, conmemorando una representante importante en su cultura.

Figura 19

Portada de fanzine Mujeres Indígenas en Resistencia en la Historia del Perú



Nota: ONAMIAP (2018)

Referente Internacional

El primer referente es “Historias del Paraíso” un proyecto desarrollado en noviembre del 2018 en Ecuador, por Guayasamin. Consistió en elaborar un fanzine con historias elaboradas por niños y adolescentes de bajos recursos del barrio el Paraíso de la ciudad Loja y que asisten a la Fundación “Cobijando Sueños”. En total fueron 30 niños entre 5 y 13 años quienes trabajaron junto con estudiantes de la UTPL para elaborar historias contadas por los mismos niños. Posteriormente, los estudiantes fueron los editores de las historias y se consiguió el apoyo económico para imprimir el fanzine y publicar 100 ejemplares dentro de una gran celebración que fue el Festival de las Artes Vivas de Loja. Los resultados del trabajo fueron que se logró mejorar visiblemente la redacción y comprensión lectora de los estudiantes de la UTPL a través de la práctica del fanzine; se diseñaron estrategias pedagógicas que utilizaron la literatura como forma de elaboración de mensajes y se incentivó la lectura literaria.

Figura 20

Portada de fanzine Historias del Paraíso



Nota: Guayasamin (2021)

El segundo referente fue un proyecto de creación de un fanzine sobre la menstruación en 2019, por Famamundi. El objetivo principal de este fanzine es el poder desmontar estereotipos y falsas creencias respecto a la menstruación, junto con un grupo de estudiantes de Farmacia de la Universidad de Sevilla, se busca explicar el ciclo menstrual de una forma gráfica y sencilla de entender. Como ellos indican, el tabú de la menstruación ha sido un impedimento clave al momento de querer informarse sobre este tema, ya que un mejor conocimiento del ciclo menstrual es clave para hacer frente a dicho tabú. En dicho fanzine, abarca temas desde las fases del ciclo menstrual, mitos y recomendaciones durante la menstruación. Gracias a la creación de este fanzine se han podido crear conversaciones entre chicos y chicas de todas las edades acerca de este tema.

Figura 21

Portada de fanzine Menstruación. Un fanzine sobre género y salud global



Nota: Famamundi (2019)

Capítulo III

Concepto del proyecto

El concepto “Aprendiendo juntas sin censura” ayuda a dar el mensaje de que se busca comenzar un camino de aprendizaje sin barreras, sin tener vergüenza a preguntar por partes de su cuerpo, aunque les genera incomodidad a otras personas. Con la finalidad de poder aprender más de uno mismo en el proceso y así lograr identificar los procesos que pasa nuestro cuerpo durante el ciclo menstrual, que puede ser considerado normal durante este y que alarmas deberíamos de ver durante este también. Debido a que el primer paso para conocer nuevos temas, es tener la curiosidad de preguntar sin temor. La censura, va en parte debido a que mucha información respecto a la menstruación es acortada, saltada u omitida dependiendo de lo que piensa el emisor del tema. Es por eso que se busca aprender desde un punto de vista neutral, sin censura para conocer más de este tema. Además, se desea poder generar un sentimiento de acompañamiento en ellas, porque no estarán solas, sino que será un camino donde estarán acompañadas por demás mujeres que también buscan aprender. La elección del concepto, es debido a que engloba el mensaje que se desea transmitir con este proyecto, ayuda a dar una idea del camino comunicacional a seguir para incentivar la curiosidad del público objetivo sobre el tema. Proyecta un concepto de acompañamiento durante el camino de un nuevo aprendizaje sin censura para ellas. Al aprender de una forma más “libre” sobre este tema, se podrán crear más espacios para hablar sobre este y compartir las experiencias que se ha tenido durante este viaje para conocerse más a uno mismo, como consecuencia se podrá reducir la vergüenza de hablar sobre este tema con demás personas y abrir más oportunidades de aprendizaje a demás mujeres interesadas en conocer más sobre este tema.

Moodboard del concepto

Figura 22

Moodboard del concepto



Nota: Elaboración propia (2023)

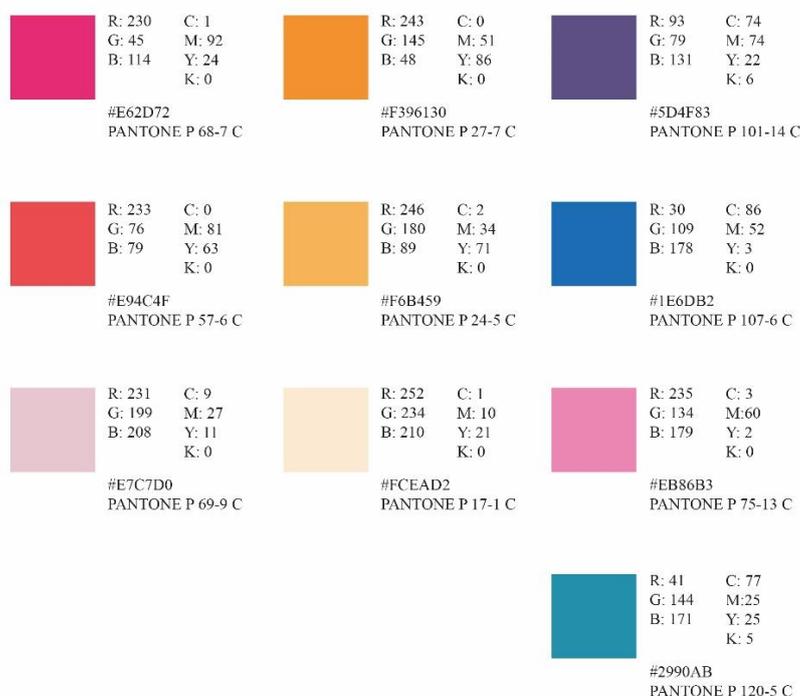
Paleta de Color

Se eligió una paleta de colores cálidos, se tuvo como principales colores el rojo, amarillo. Acompañadas de una paleta de colores secundaria, dicha paleta tendría colores fríos pero llamativos para realizar un contraste entre ambas, se tuvo como principales colores los azules y violeta. La decisión de escoger dichas paletas, es que se busca crear una armonía de colores cálidos claros, para dar un sentimiento de calma y familiaridad en el fanzine. Al ser un elemento editorial se desea que los colores claros sean los prioritarios, para no cansar a la vista mientras se va leyendo, pero con toques de contraste lo suficientemente armoniosos para llamar la atención en ciertas partes. Esto es esencial, ya que, se desea que puedan releer dicho fanzine cuántas veces les sea necesario sin que se sientan abrumadas con colores fuertes o

saturados, pero también no ser tan claros para ser imperceptible a la vista y dificulte al momento de leer. La paleta de colores, tiene como objetivo representar la diversidad en la feminidad, se tiene los colores rojos y rosados los más comunes para representar tal feminidad. Sin embargo, también se tienen los colores amarillos, de felicidad y calidez; se tienen los colores azules y morados, para representar un lado más íntimo. Ayuda a crear un sentimiento de familiaridad visual en el público, así ayudando a que, con una simple vista al fanzine, se puedan dar una idea de a qué dirección apunta dicha información. En cuanto su relación con el *moodboard*, al ser nuestro público objetivo mujeres que buscan aprender más de ellas mismas, se desea incorporar la paleta en relación con la amistad y el vínculo que crearán entre ellas para fortalecer dichos lazos mediante la armonía de color presentada en la paleta de colores.

Figura 23

Paleta de colores



Nota: Elaboración propia (2023)

Tipografía

En el caso de las tipografías, se decidió combinar 3 tipografías distintas pero armoniosas entre sí, una tipografía de *lettering*, una tipografía de tipo *sans serif*, y una combinación entre los dos, para hacer contraste y juego entre ellas. La *sans serif*, en este caso la Brandon Grotesque, ayudará mayormente en el cuerpo de texto, ya que es más legible y grata de ver al ojo al momento de leer, lo cual es importante en este proyecto para ayudar a dar una correcta información. En cuanto, a la tipografía *lettering*, en este caso, Bakerie Smooth, se escogió aquella para títulos y ser usados como recurso ilustrativo en algunos momentos de dar un mensaje textual importante, para así crear impacto y ayudar a recordarlo. Mientras, la combinación de ambas tipografías, en este caso, Alvania, también será usada para títulos y recursos ilustrativos, sin embargo, debido a su legibilidad también será usado para resaltar palabras y subtítulos, creando un juego tipográfico agradable de ver y leer. La combinación de dichas tipografías, representaría la personalidad del fanzine, por ejemplo, la tipografía *sans serif* nos ayuda a conocer información de manera precisa, concisa y legible sobre la menstruación, pero con un aire de amabilidad, confianza y amistad. Mientras, las tipografías Alvania y Bakerie Smooth, ayudan a crear un aire creativo e ilustrativo, por más que de información médica de temas sanitarios, desea darlo de una forma creativa para el público e interactiva. Si se habla de su relación con el *moodboard*, es semejante a su relación con el fanzine, aprender sobre temas necesarios de índole seria en un ambiente amigable, creativo y de sororidad entre el público objetivo. Así, se logra tener el contraste deseado entre la información y el cómo se presenta dicha información, logrando crear un ambiente interactivo entre todos.

Figura 24*Tipografías***Brandon Grotisque**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 ;?;!

ALVANIA

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890 ?!

Bakerie Smooth

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

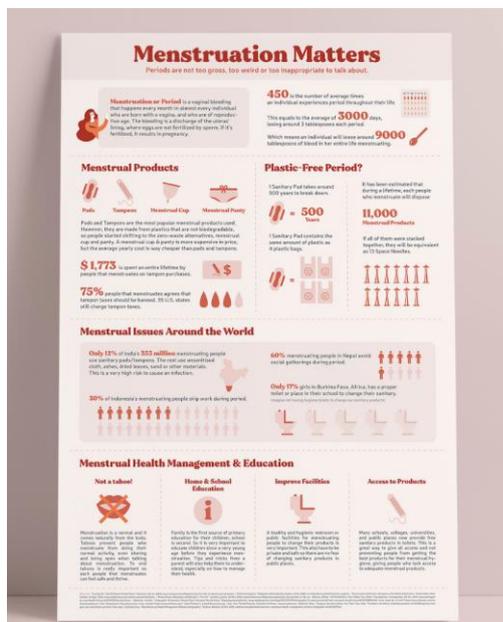
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 ;?;!

Nota: Elaboración propia (2023)**Citas visuales de estética del proyecto****Figura 25***No traço Delas**Nota:* Almeida (2020)**Figura 26***Menstruation**Nota:* Sliwinska (2021)

Figura 27

Menstruation Matters, Infographic



Nota: Evania (2021)

Figura 28

Menstruation Matters, Social Media Post



Nota: Evania (2021)

Figura 29

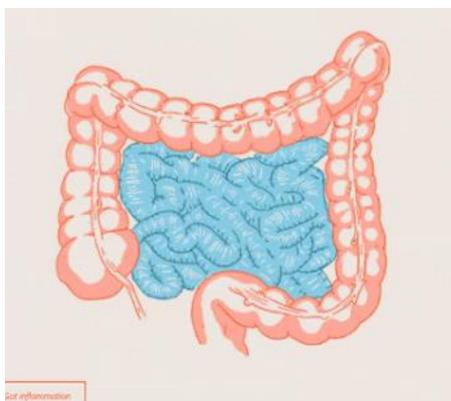
Roja somos todas



Nota: García (2022)

Figura 30

Fast with us / Website



Nota: Pollet (2019)

Figura 31

Sem Voce



Notas: Xavier (2013)

Figura 32

Tea with a swamp witch



Nota: Ralston (2022)

Figura 33

Menstruar no invalida mis sentimientos



Nota: Anna_con_doble_ene (2022)

Figura 34

Infusiones



Nota: ekimatiganatura (2022)

Figura 35

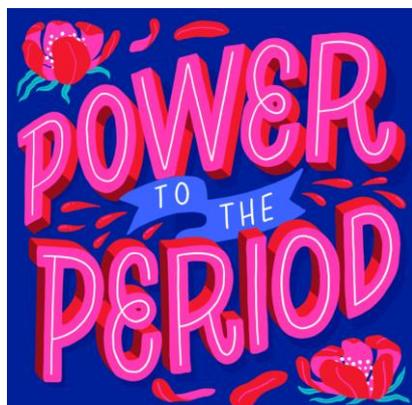
Los efectos de la menstruación en el cuerpo.



Nota: Pictoline (2022)

Figura 36

Power to the Period



Nota: Cichon (2018)

Figura 37

Female Power



Nota: Yim (2019)

Figura 38

Seize the Awkward



Nota: Cichon (2017)

Figura 39

What's outside the simulation?



Nota: Springer (2019)

Público objetivo

El público objetivo seleccionado para este proyecto son mujeres de 18 a 24 años de universidades privadas de Lima Metropolitana. Son mujeres que se pueden encontrar en tres situaciones respecto a su relación con la menstruación. Primero, puede que anteriormente haya recibido información sobre el ciclo menstrual, sin embargo, pueden haber recibido poca o desactualizada información, incluso pueden haberse olvidado de aquella. Segundo, probablemente ya han pasado una etapa de vergüenza de la menstruación y ahora buscan conocer más sobre aquella, pero no saben por dónde empezar. Tercero, no han recibido una información directa, concreta o de fuente fiable sobre el ciclo menstrual, previamente a la creación de este proyecto. Aparte de su relación con la menstruación, también están otros detalles resaltantes del público. Puede que parte de la información de la menstruación que esté recibiendo o posee hasta el momento, haya sido por medio de familiares o amistades. Ellas buscan recordar información sobre la menstruación, o conocer nueva información. Saben que la mejor información es la que viene de un profesional respaldado, sin embargo, no tienen el dinero/tiempo para acudir a uno cuando puedan. Al buscar información prefieren buscar imágenes referenciales acompañados de información para tener un entendimiento mejor del tema, en vez de párrafos y párrafos de letras. Al tener dudas, gustan de tener la información

fácil, rápida y sencilla de entender, ya que al estar estudiando el tiempo es corto. Siendo aquellas las principales cualidades que se buscan en el público objetivo para este proyecto. La razón principal de la elección de aquel público, es principalmente porque el problema de la desinformación de la menstruación les afecta directamente a ellas. Es de suma importancia para este público, el conocer información relevante sobre los cambios fisiológicos que ocurren en sus cuerpos debido a un tema de información de salud general. El concepto principal es “Aprendiendo juntas sin censura” es decir que, en el proceso de conocer más sobre su cuerpo, no estarán solas, sino acompañadas de mujeres que también buscan conocer sobre ellas, con información completa y directa sin dejar espacio a la imaginación. Ellas son las que aprenderán en conjunto bajo un nuevo lente de información sin censura al momento de informarse.

Proyecto del diseño

Al comienzo del proyecto, se llevó a cabo una investigación para detectar el nivel de desinformación que existe alrededor de la menstruación. Se encontró, mediante encuestas al P.O que puede resultar difícil poder encontrar un lugar de recolección de información confiable, concisa y precisa sobre ciertos temas que abarca el ciclo menstrual. Es por eso, que este proyecto tiene como objetivo ayudar a contribuir a un mejor entendimiento sobre la menstruación. Para cumplir con dicho objetivo, primero se concretó que un fanzine informativo ilustrado sobre el ciclo menstrual, sería la mejor pieza gráfica para cumplir con el objetivo. Para empezar con la creación del fanzine, primero se debe de empezar por concordar que información se incorporará. Por tal razón, se planeará el índice de los temas a tratar en el fanzine, organizándolos en un orden lógico y fácil de entender cada uno. Cuando se tenga un índice conciso y entendible, se pasará a recolectar información para el fanzine de fuentes confiables y respaldadas por profesionales. Se creará una encuesta para el público objetivo, donde se preguntará que temas son los que más les interesaría leer en el fanzine, seguido por

una sección de preguntas libres para un ginecólogo, en el cual las 5 preguntas más interesantes/repetidas serán respondidas e incluidas en el fanzine. Al finalizar la recolección, se elaborará el contenido escrito del fanzine en un documento Word ordenado, seguido por las preguntas más frecuentes que se dieron en la encuesta. Se pasará el documento para una revisión por dos profesionales en ginecología obstétrica, para corroborar que la información sea fiable, adecuada y la correcta para las mujeres. Mientras se está a la espera de la validación por los profesionales, se planeará una campaña de intriga sobre el proyecto, el gran evento, en redes sociales y alrededor de universidades privadas de Lima-Metropolitana en formato de afiches, volantes y pegatinas en el suelo. En los cuales, tendrá información de la fecha oficial del gran evento y las redes sociales del proyecto. Dicho evento, consistirá en ir a las afueras de una universidad privada en Lima Metropolitana, junto con un tótem con la información más relevante del fanzine para atraer la atención del público. El evento durará 3 días, intercalados en una semana, durante 5 horas cada día. Cuando se tenga la aprobación, validación y recomendaciones de los profesionales en ginecología obstétrica, se dará paso a realizar el esquema principal del fanzine. Al tener la información validada, se procederá a realizar posts para las redes sociales del proyecto, como instagram, para llamar la atención sobre el fanzine, el evento y el proyecto. Al tener el fanzine terminado, se terminará la campaña de intriga y dará inicio el evento principal, el cual se explicó anteriormente. En el fanzine habrá un código QR que llevará a las mujeres a una encuesta para verificar cuánto aprendieron de la menstruación ahora que poseen este fanzine y si les resultó útil la información dada o si ya la conocían de antemano. Al mismo tiempo, se seguirá creando posts en las redes sociales sobre información que no logre ser colocada en el fanzine. Además de seguir dando noticias sobre futuras actualizaciones un nuevo fanzine.

Pieza principal

Con la pieza principal del proyecto se demostrará tanto si el objetivo como la hipótesis de este

proyecto se logró, un mejor entendimiento en la menstruación a través de un fanzine informativo ilustrado. Con la creación del fanzine, se abarcará desde información general/básica sobre la menstruación hasta curiosidades o mitos sobre este, es decir, tendrá un rango variado de información sobre este tema, con la finalidad de indicar si el público objetivo ya conocía dicha información o si es nueva. En el tema de diseño, será un fanzine donde la diagramación interactiva ayudará a una fácil y divertida lectura sobre este tema. Además, se estará acompañado de ilustraciones que ayuden a dar una mejor imagen visual sobre la información de la cual se habla, así dando una lectura más entendible, amena y con mejor retención de memoria. En cuanto al texto, se presentará a través de un estilo de comunicación más íntimo y divertido, se desea crear una lectura que se aparte del estilo médico, sino que se derive más de un estilo de blog de amigas. Sin embargo, siempre se estará dando información directa y concisa para ayudar a un entendimiento más directo en los temas. En lo que respecta al apartado físico, será un fanzine de A5 a color en papel *couche matte*. Al final del fanzine habrá un QR el cual llevará a las mujeres a una encuesta para verificar cuánto aprendieron de la menstruación ahora que poseen este fanzine y si les resultó útil la información dada o si ya la conocían de antemano. Así, ayudando a definir el alcance de éxito del fanzine según el objetivo e hipótesis del proyecto.

Relación entre problema, concepto, público objetivo y proyecto

El problema principal es la desinformación que existe alrededor de la menstruación en las mujeres universitarias entre 18 a 24 años de edad. En este problema es esencial que dichas mujeres sean nuestro público objetivo ya que, son ellas las que pasan por este proceso mensual de menstruación. Es de suma importancia que sepan sobre este tema, para como consecuencia, aprendan más sobre ellas mismas y de su propio cuerpo. Después de todo, si no logran tener una fuente de información confiable respecto al tema, puede que termine en un peligro para su salud, ya que pueden creer en la falsa creencia de mitos perjudiciales a la salud de ellas. Se

busca que logren conocer más sobre este tema debido a una razón de salud sanitaria para ellas y de confianza en sí mismas al estar informadas sobre su propio cuerpo, sobre lo que les pasa cada mes que viene y va. Debido a esto es que se crea el concepto “Aprendiendo juntas sin censura” porque se desea que cada mujer aprenda sobre su cuerpo, pero no sola, sino acompañada de otras mujeres para así disminuir la presencia del tabú social sobre este tema, dando espacio a una conversación. En lo que respecta al proyecto, este tiene como objetivo ayudar al público objetivo a encontrar dicha información sobre la menstruación que puede ayudar a contribuir a mejorar la salud sanitaria de ellas mismas. Este proyecto, busca mediante un punto de vista educativo con apoyo del diseño, poder ayudar a que el público objetivo pueda lograr tener un acceso con información actualizada, brindada por profesionales y fundamentada sobre diferentes temas que abarquen la menstruación, como los diferentes trastornos menstruales, como nuestro cuerpo puede reaccionar diferente a los efectos de la menstruación, hablar sobre las hormonas menstruales. Ayudando así a crear un espacio para poder hablar sobre el ciclo menstrual entre mujeres sin espacio para la censura de información necesaria para ellas. Terminando con un resultado en el cual se tendrá un mejor acceso a una información precisa, breve e interactiva sobre el ciclo menstrual.

Marca del proyecto

La marca elegida final ha sido “¡Adiós Andrés!” acompañado de un descriptor/lema que ayude a completar el *naming* “Hola menstruación”. Se eligió tener dicho implemento de ayuda para el *naming*, ya que se sentía que faltaba la respuesta del adiós, el proyecto desea poder crear una conversación sobre la menstruación, entonces una mejor manera de expresar dicho deseo es crear una conversación con adiós y hola desde el comienzo. En lo que respecta a la razón del *naming*, Andrés es un eufemismo muy usado y conocido para referirse a la menstruación, los eufemismos nacen de la necesidad de ocultar otra palabra, de la vergüenza que conlleva la palabra original. Es por eso que se espera decir adiós a este eufemismo y, con

este, la vergüenza social y los estigmas de ella. Aparte del *namings*, la razón de la creación de esta marca, es poder tener un acercamiento más directo al problema desde la idea de concepción, siempre teniendo en cuenta los objetivos, dejar atrás los estigmas, estereotipos de la menstruación nacidos debido al tabú, para así dar paso a comenzar conversaciones sin censura y aprender más sobre este tema sin vergüenzas. Es necesario que la marca demuestre este objetivo desde el *namings*, para ayudar al público a comenzar a familiarizarse con tales objetivos en ellos mismos, y que puedan confiar en nosotros para juntos aprender. Esta marca ayudará a siempre saber identificar el tema del que hablamos a través de los diferentes medios comunicacionales que se deseen implementar en el transcurso del proyecto. Demostrará la misión de la marca a simple vista. Adicionalmente, la marca debe de reflejar un estilo comunicacional, tranquilo, amigable y empático a través del logotipo representativo de este. Junto con colores que ayuden a evidenciar mejor el tema de una forma más directa, pero sutil al comienzo.

Figura 40

Logo “¡Adiós Andrés! Hola Menstruación”



Nota: Elaboración propia (2023)

Resultado

Se decidió llevar a cabo el evento el día miércoles 05 de abril del 2023, primero se planeó en el horario de las 10 am hasta las 5pm, sin embargo, debido al gran recibimiento por parte del

público se pudo concluir a la 1 pm. Una semana antes de tal fecha, se diseñaron afiches y stickers para promocionar el evento, los cuales fueron repartidos en zonas de interés cercano a una universidad privada y también dentro de ella.

Figura 41

Afiches



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 42

Afiche pegado en poste



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 43

Sticker



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 44

Sticker en la vereda



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 45

Afiche en tablero de universidad



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 46

Afiche en aseos



Nota: Elaboración propia (2023)

Al llegar el día del gran evento, se colocó con ayuda de asistentes el tótem informativo, seguidamente se colocaron los fanzines, postales y marca libros en sus lugares a la vista de todos. Después, se comenzó a repartir el fanzine a mujeres universitarias que iban pasando por el lugar del evento o que se detenían a leer el tótem intrigadas por el proyecto. Junto con cada fanzine entregada se regalaba postales o marca libros a la elección de la persona. Se entrevistó a algunas interesadas del público para conocer su opinión no solo del fanzine, sino del proyecto en general. Sus comentarios fueron positivos y reconocían que tal proyecto les ayudó en conocer más sobre la menstruación.

Figura 47*Tótem informativo en calle*

Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 48*Entrega de fanzine*

Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 49

Mostrando el fanzine



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 50

Leyendo el tótem



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 51

Rellenando encuesta



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 52

Explicando el fanzine



Nota: Elaboración propia (2023)

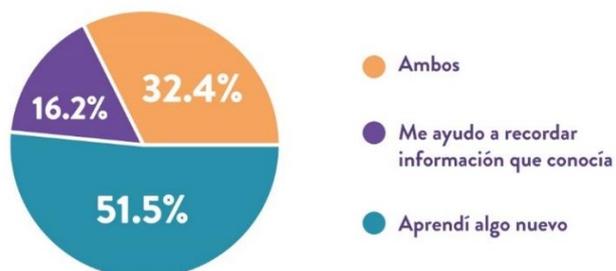
Se repartieron 60 fanzines en total al público objetivo durante el día del proyecto, además de ser compartido en la red social instagram para ser visto por más personas y pueda ser de acceso público gratuito. Para conocer el recibimiento final del proyecto, fanzine y conocer si la hipótesis planteada fue cumplida, al final del fanzine se agregó un código QR donde el público podría acceder a una encuesta donde responderían 4 preguntas referentes al proyecto. La encuesta fue segregada en dos públicos, el público objetivo, mujeres universitarias de 18 a 24 años de Lima Metropolitana y cualquier persona que no cabe dentro de tal descripción. Aparte, como incentivo para completar dicha encuesta, se sorteó una copa menstrual entre las encuestadas.

En dicha encuesta, participaron 70 personas en total, 68 personas del público objetivo y 2 personas fuera de tal público. En lo que respecta a las 68 respuestas de mujeres universitarias respondieron las siguientes 4 preguntas:

Figura 53

Encuesta P.O pregunta 1

¿Consideras que aprendiste algo nuevo del ciclo menstrual?
¿Piensas que te ayudamos a recordar información que olvidaste?

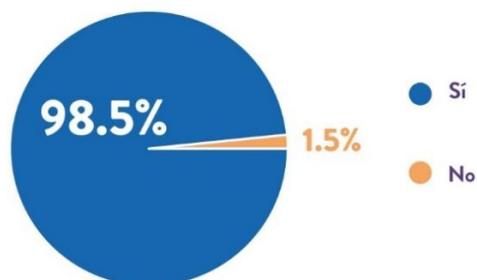


Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 54

Encuesta P.O pregunta 2

¿Consideras que las ilustraciones del fanzine te ayudaron a entender mejor la información expuesta?



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 55

Encuesta P.O pregunta 3

¿Te parece importante tener acceso a esta información por medio de un fanzine?



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 56

Encuesta P.O pregunta 4

¿Esta campaña te ayudo a un mejor entendimiento sobre la menstruación?



Nota: Elaboración propia (2023)

En lo que respecta a las dos personas fuera del rango del público objetivo, respondieron las siguientes 4 preguntas:

Figura 57

Encuesta general pregunta 1

¿Consideras que aprendiste algo nuevo del ciclo menstrual?
¿Piensas que te ayudamos a recordar información que olvidaste?



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 58

Encuesta general pregunta 2

¿Consideras que las ilustraciones del fanzine te ayudaron a entender mejor la información expuesta?

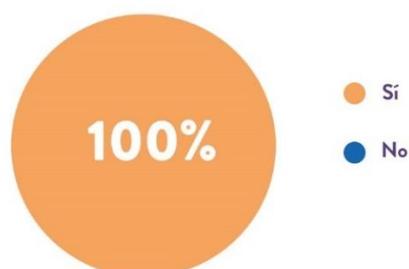


Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 59

Encuesta general pregunta 3

¿Te parece importante tener acceso a esta información por medio de un fanzine?



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 60

Encuesta general pregunta 4

¿Esta campaña te ayudó a un mejor entendimiento sobre la menstruación?



Nota: Elaboración propia (2023)

Diseño de la comunicación

El público objetivo son mujeres de 18 a 24 años de una universidad privada en Lima Metropolitana. Para poder lograr captar su atención, primero se decidió un estilo comunicacional jovial, amigable con toques graciosos tanto en las campañas como en la pieza central. Para que el mensaje sea entendido sin lugar a dudas, es necesario expresarlo de forma directa, tanto como desde el *naming* y logotipo, hasta la publicidad que serán realizadas durante el transcurso del proyecto. El mensaje “No hay vergüenza en conocerte a ti misma”,

será un atractivo que logrará llamar la atención de aquel público y despertará su curiosidad por conocer más. Nunca hay un límite para el saber, siempre hay nuevos temas de los cuales hablar y aprender. Para la posteridad de este proyecto, se seguirá investigando temas sobre la menstruación y compartiendo en las redes sociales del proyecto aquellos nuevos temas, de una forma interactiva y concisa. A la par con dicha información se seguirá creando nuevos fanzines para ayudar a explicar aquellos temas más gráficamente. El medio de comunicación principal será la red social de instagram, para dar a conocer primero sobre la iniciativa del proyecto, luego para dar a conocer información sobre la menstruación, consecutivamente para promocionar el evento principal de entrega del fanzine. En lo que respecta al ambiente físico comunicacional, se promocionará a través de volantes y afiches sobre el evento principal, el cual será un tótem promocional donde se repartirán entre 50-60 fanzines físicos al público objetivo que se acerque, además de documentar el evento con videos, fotos y entrevistas rápidas. Cada pieza jugará parte de un estilo comunicacional juvenil, divertido y directo para nuestro público, de esta forma ayudará a crear un espacio más ameno para dar espacio a una conversación sobre la problemática del proyecto. La primera etapa será la de intriga, donde se abrirán las redes sociales de la marca y promocionará el fanzine, luego se llevará a cabo el evento principal en una universidad.

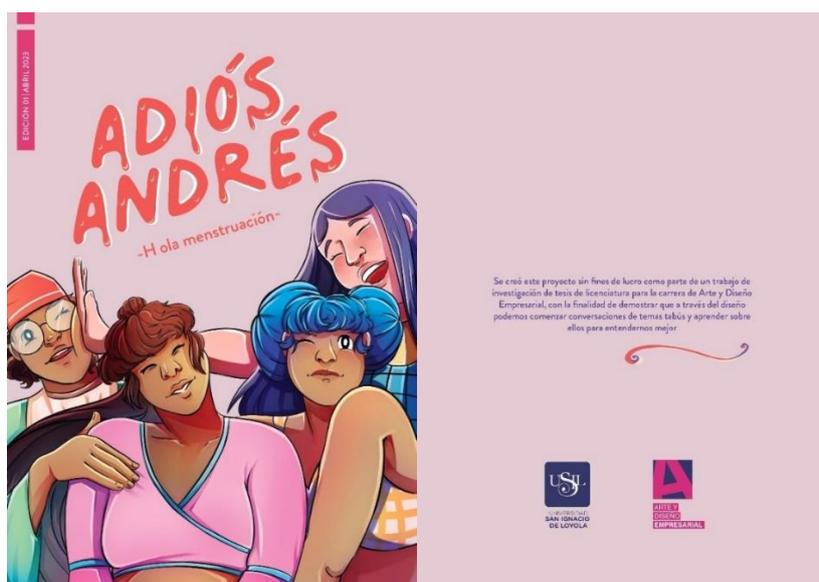
Piezas empleadas

Fanzine. La pieza principal de este proyecto, será un fanzine informativo ilustrado de tamaño A5 de material *couche matte* a color. En el cual la información a tratar será sobre el ciclo menstrual y lo que engloba, por ejemplo, trastornos menstruales, colores del sangrado, posiciones del útero, productos sanitarios, curiosidades o mitos y una sección de preguntas frecuentes respondidas por un profesional de la ginecología. Toda la información en el fanzine, será validada por un profesional en el tema y también se encontrarán las referencias utilizadas en el fanzine. La función de este fanzine, es comprobar la veracidad de la hipótesis

planteada en esta investigación “El diseño de un fanzine informativo ilustrado contribuye a mejorar el entendimiento sobre la menstruación en mujeres de 18 a 24 años de una universidad privada de Lima Metropolitana” a través de la información que proporcionará al público objetivo.

Figura 61

Portada y contraportada



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 62

Índice e introducción



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 63

Primer y segundo capítulo

¿Conozco MI CICLO?

Es un proceso hormonal que pasa nuestro cuerpo para prepararse para un posible wawa. Normalmente duran entre 21 a 30 días, promedio 28. Si tienes un periodo irregular, abundante o doloroso, pues tan normal no es. **¡Recomendamos visitar al ginecólogo si algo interviene en tu ciclo regular!**

*** FASE FOLICULAR**
Empieza el primer día del sangrado, hasta el día 14. Aún así, puede variar y de ahí salen los sustos. Sucede cuando comienzan a **madurar varios óvulos**, al mismo tiempo la hormona estrógeno provoca como una manita alrededor del óvulo, llamado folículo. Todo para que solo un folículo termine su desarrollo.

*** FASE OVULATORIA**
Ocurre a mediados del ciclo menstrual, por el día 14. Cuando el folículo al fin, deja libre al óvulo, para que inicie su viaje a través de las trompas de falopio hasta el útero, esperando a ser visitado. Durante este proceso las hormonas sexuales alcanzan su concentración máxima, es decir, **empiezan los días peligrosos**, quedas avisada.

*** FASE LÚTEA**
Ahora el cadáver del folículo crea el cuerpo lúteo en el ovario. Este comienza a producir progesterona. Debido a esto, el endometrio se engrosa preparándose para la fecundación del óvulo. Si no se fecunda, el cuerpo desaparecerá y no producirá progesterona, disminuirán los niveles de estrógeno. Como resultado **se desprende el endometrio**, y con ello da inicio a un nuevo ciclo menstrual.

¿Trastorno MENSTRUAL?

Son alteraciones en el ciclo menstrual, motivo de una consulta ginecológica. Presentaremos las más comunes junto con sus consecuencias y causas

*** SANGRADO UTERINO ANORMAL**
A veces sangramos un poco más o un poco menos. Ahora te contamos las diferencias de cada sangrado

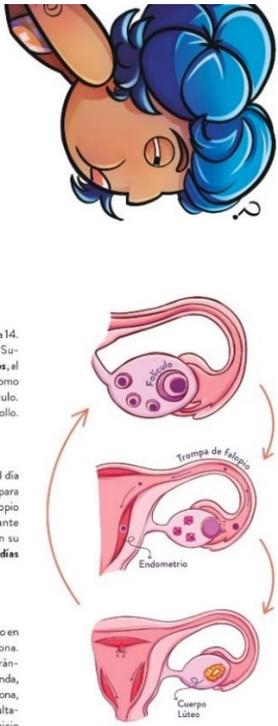
Menometrorragia
Es el hijo de la menorragia y la metrorragia. Sangras fuera de la menstruación, es re abundante y prolongado también.

Metrorragia
Tienes un sangrado fuera de los días menstruales, por lo tanto, no está relacionado con tu fase ovulatoria.

Menorragia
Cuando tu sangrado menstrual es abundante y prolongado, puedes sangrar hasta más de 7 días. Tienes a sentirte débil y a sufrir calambres.

Polimenorrea
Tienes ciclos inferiores a 21 días. Puede causar anemia, fatiga y cansancio. Es complicado conocer los días de ovulación con precisión.

LA SANGRE MENSTRUAL
en realidad es el tejido endometrial que se desprende del ÚTERO.



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 64

Capítulo “El cambio de color en mi sangre”

El cambio de color EN MI SANGRE

¿Sabías que la sangre no solo es roja? Mientras menstruas puede cambiar del color rojo que toas conocemos, y te decimos que podría significar cada uno.

ROJO ANARANJADO
Se pudo mezclar con el flujo cervical. Pero si viene con un olor desagradable puede ser una infección.

ROJO BRILLANTE
El sangrado normal intenso. Significa que todo va en orden allí abajo.

ROJO OSCURO
Sangre vieja de los últimos días del periodo.

CAFÉ O NEGRO
Son los restos del tejido emocional en la sangre que tardaron en salir.

ROJO PÁLIDO
Un sangrado leve, como una mancha fuera de la menstruación.

I LIKE IT PICASSO



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 65

Capítulo “Tú pregunta ellos responden”

Tú pregunta:

ELLOS RESPONDEN

Todas tenemos miles de preguntas para los expertos en ginecología, pero no todas tenemos el tiempo o recursos para poder preguntar personalmente. Sin embargo, aquí te presentamos algunas preguntas que chicas como tú han querido preguntas, respondidas por dos profesionales de ginecología con experiencia en su campo.

¿Cuál remedio casero es más efectivo para los cólicos menstruales?
Depende de cada mujer. Aplicar calor local mediante compresas, ingerir algunas infusiones a base de canela o jengibre, baños con agua caliente entre otros.
Respondido por el Dr. Jhan Mandaza

¿Cuándo debo de considerar ir a una consulta del ginecológica?
Cambios en el patrón de sangrado durante la menstruación. Cólicos menstruales de fuerte intensidad que no mejoran con el uso de analgésicos. Dolor pélvico por primera vez en pacientes mayores de 25 años. Cólicos menstruales que ameriten ausentismo laboral o escolar. Y en los casos de amenorreas.
Respondido por la Dr. Silva Herrera

¿Mi menstruación se verá afectada si tomo anticonceptivos?
Los anticonceptivos son hormonas que van a regular el ciclo menstrual, disminuyen la cantidad de sangrado, disminuyen la presencia de cólicos menstruales entre otros beneficios, pero deben ser indicados por su ginecólogo, previa evaluación de la paciente.
Respondido por el Dr. Jhan Mandaza

¿Qué debo de tener en cuenta antes de asistir a una consulta?
Toda paciente que acude a consulta ginecológica debe tener presente, siempre, cuando comenzó su última menstruación. Debido a que según esa información podemos establecer condiciones importantes sobre su salud, tales como si tiene riesgo de embarazo, si hay retraso menstrual, si se debe o no solicitar exámenes de laboratorio entre otros. Y si más aún sabe cuántos días dura su menstruación y cada que tiempo le viene nos ayudaría para saber si tiene o no un ciclo regular. Por otro lado, es importante conocer lo que está sintiendo, es importante que determinen adecuadamente que sienten y lo manifiesten.
Respondido por el Dr. Jhan Mandaza

66 ALREDEDOR DEL 90% de mujeres que acuden a las consultas no conocen la fecha cuando comienza ni termina su CICLO MENSTRUAL.

Dr. John Mendoza Valdivieso

Dr. Silva Herrera Dubraska



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 66

Final del fanzine

Para finalizar CON UNA SORPRESA

Agradecemos tu participación en este proyecto, lo que más deseamos es haberte ayudado a descubrir algo nuevo de ti misma. Esperemos que este sea un pequeño paso en abrir nuevas oportunidades para poder hablar sobre la menstruación sin tapujos ni vergüenza.



¿COMO EXTRA!

Participando en nuestra encuesta podrás ser parte de un sorteo de una copa menstrual. Sólo tienes que escanear el QR, acceder a la encuesta, responder las preguntas y ¡Listo! Ya estarás participando.

Descubre si ganaste en nuestro instagram @adios.andres2023

GLOSARIO

Hormona folioestimulante (FSH): Un tipo de gonadotropina sintetizada y secretada por la hipófisis, una glándula situada en la base del cerebro. Regular el ciclo reproductivo en ambos sexos.

Hormona luteinizante (LH): Un tipo de gonadotropina que se sintetiza en la hipófisis del cerebro tanto en hombres como en mujeres. Junto al FSH, la LH tiene la función de regular el sistema reproductor y endocrino en ambos sexos una vez alcanzada la pubertad.

Progesterona: Una hormona producida principalmente en los ovarios, dos glándulas del sistema reproductivo de la mujer que contienen los óvulos. Cada mes, prepara el útero para el embarazo.

Vena inferior cava (IVC): La vena más grande del cuerpo humano. Ubicada sobre la pared abdominal posterior a la derecha de la aorta. Transporta sangre venosa (desoxigenada) desde las extremidades inferiores y región abdominopélvica hasta el atrio derecho.

Síndrome de choque tóxico: Engloba un grupo de síntomas de progresión rápida y grave que incluye fiebre, erupción cutánea, presión arterial peligrosamente baja e insuficiencia de varios órganos. Está causado por toxinas producidas por las bacterias grampositivas con forma esférica (llamadas cocos) *Staphylococcus aureus* o estreptococos del grupo A.



Sangra SIN PENA

La información de este fanzine, no solo ha sido socodado de s tios científicos y con información verídica, confiable. También ha sido validada por cos profesionales de la ginecología para asegurarnos que toca la información presentada sea coorrecte.

Nota: Elaboración propia (2023)

Tótem informativo. Será un tótem hecho de cartón corrugado de 8mm de 1.60cm de altura aproximadamente, en el cual se mostrará la información más relevante o interesante del fanzine para así atraer la atención del público al evento. Su función principal es de ser una ayuda visual al momento de dar a conocer sobre la problemática del problema, a la par que muestra información sobre la menstruación para ayudar a captar la atención del público.

Figura 67

Tótem informativo en evento 1



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 68

Tótem informativo en evento 2



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 69

Tótem informativo en evento 3



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 70

Tótem informativo en evento 4



Nota: Elaboración propia (2023)

Redes sociales de la marca del proyecto. Se creará un perfil de la marca en la red social de instagram. Su función principal es de ser un medio de comunicación tanto para el proyecto, campaña de intriga y la posterioridad del proyecto. En dichas redes se comunicará

de la existencia de la problemática, mientras también se encargará de exponer información del fanzine para que el público objetivo sienta curiosidad en saber más. En lo que respecta a la campaña de intriga, se publicará el evento principal del proyecto a través de este mencionando los lugares y la fecha de tal evento. Para la posterioridad del proyecto, se seguirá informando sobre el ciclo menstrual por tales medios, además de indicar próximas salidas a una nueva entrega de un fanzine.

Figura 71

Instagram de Adiós Andrés

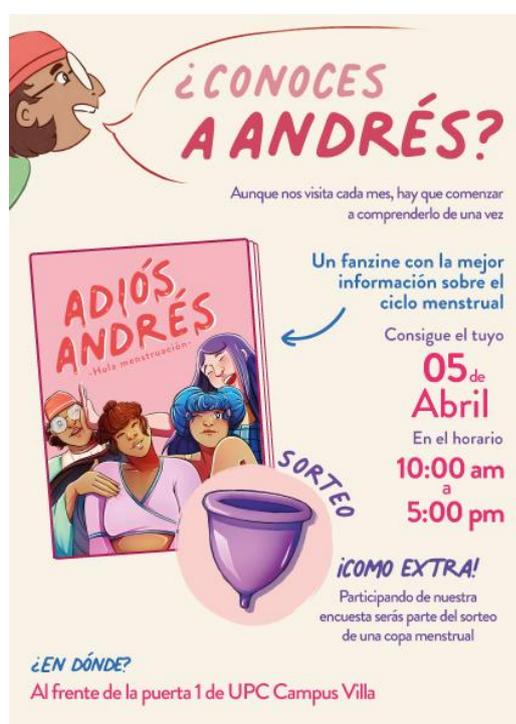


Nota: Elaboración propia (2023)

Afiches y stickers. Los afiches serán hechos de *couche matte* de tamaño A5, mientras los *stickers* serán de un tamaño rectangular de 10x13 cm en papel adhesivo *matte*. La función principal de los 3, es ayudar a esparcir información sobre la ubicación y la fecha del evento principal del fanzine por los alrededores de la universidad escogida, así ayudará a que el público tenga información más accesible y directa sobre el evento y la pieza principal.

Figura 72

Diseño de afiche



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 73

Diseño de sticker



Nota: Elaboración propia (2023)

Pósters del proyecto. Se crearán pósters de tamaño A6 aproximadamente de material de opalina 300 gr, en los cuales tendrá información del proyecto, además de un código QR donde podrán acceder al fanzine en cualquier lugar. Su finalidad es de ayudar a recordar la información aprendida en este proyecto y, por ende, recordar que cuenta con un espacio de comunicación sobre la menstruación disponible para ella.

Figura 74

Diseño de póster 1



Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 75*Diseño de póster 2*

Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 76*Diseño de póster 3*

Nota: Elaboración propia (2023)

Figura 77*Diseño de póster 4*

Nota: Elaboración propia (2023)

Marcador de libro. Se crearán marcadores de libros sobre el proyecto. Su función es de ser un recordatorio del proyecto y de lo aprendido a través de este, ya que nuestro público es universitario se espera que cuenten con diversas lecturas donde podrá usar el marcador.

Figura 78

Diseño de marca libros



Nota: Elaboración propia (2023)

Evaluación de pares

Lima, 12 de abril del 2023

Señores,

Carrera Arte y Diseño Empresarial

Facultad de Humanidad

Universidad San Ignacio de Loyola

El proyecto presenta una identidad visual cohesiva y un problema bien planteado dentro del público escogido. Además, el diseño de los personajes permite conectar a los usuarios con el proyecto, puesto que el diseño es amistoso y representa al rango de edad que se busca influenciar con el proyecto. Sin embargo, en mi opinión, más actividades al momento de la presentación del fanzine podría haber sido beneficioso para asegurar que las personas que asistieron a la presentación captaron la información. Para futuro beneficio del proyecto, mi recomendación sería que se lleve a cabo un diseño de servicio en un modo lúdico, como herramienta de reforzamiento del concepto con el fanzine. En general, buen proyecto.

A handwritten signature in black ink on a light yellow background. The signature is stylized and appears to read 'F. Blanco Elera'.

Francesca Blanco Elera

Magister en Diseño sostenible e innovación

Lima, 14 de abril del 2023

Señores,

Carrera Arte y Diseño Empresarial

Facultad de Humanidad

Universidad San Ignacio de Loyola

El proyecto se denota bastante creativo y apropiado para su público elegido. Los diseños, al igual que la información se presentan de manera asertiva y adecuada para su propósito principal. Se sugiere enfatizar aún más los problemas secundarios establecidos, específicamente en el tema de la vergüenza social en base a la menstruación.

Se aprecia el trabajo y dedicación involucrada en todo el proyecto al igual de la intención de mejorar la vida de estas personas con los objetivos seleccionados.



Walter Mezzich G.

Profesor de Medicina

Lima, 14 de abril del 2023

Señores,

Carrera Arte y Diseño Empresarial

Facultad de Humanidad

Universidad San Ignacio de Loyola

La Bachiller ha logrado identificar un problema de investigación, en el área de ginecología, muy frecuente y que no le dan la debida importancia, las mujeres que acuden a la consulta externa y más del 90% desconoce las características de su menstruación. Tiene el concepto claro del tema para proponer los objetivos. Ha elaborado una información clara y directa para lograr los objetivos propuestos. ha planteado una propuesta innovadora y creativa para lograr los objetivos del proyecto. Logra una adecuada relación entre el problema, proyecto y público objetivo. El diseño de la pieza principal es de forma adecuada, clara, sencilla y directa para llegar al público objetivo. Por último, los objetivos del proyecto son identificados plenamente y se logra llegar adecuadamente al público objetivo. En síntesis, me parece que se está tratando un tema muy importante en la vida reproductiva de la mujer y que se va a lograr cambiar varias ideas erróneas al respecto y que las mujeres van a asumir el rol que les corresponde en este tema.



John Mendoza Valdivieso

Médico Gineco-obstetra

Conclusiones

El proyecto “Adiós Andrés”, tiene como objetivo el ayudar a combatir el tabú social que se

ha creado alrededor de la menstruación, dando como resultado obstáculos cuando se desea encontrar información verídica sobre la menstruación. Se logró por medio de este proyecto evidenciar que el fanzine ayudó a mejorar el entendimiento sobre la menstruación en nuestro público y crear un acceso a nueva información sobre este. Además, se ha encontrado las ganas de tal público en querer desafiar tal problema, el leer y compartir el proyecto con otras amistades o familiares cercanos para que tengan una fuente de información confiable en este tema tan importante en la vida de las mujeres.

Gracias a la encuesta realizada, se puede indicar que la hipótesis planteada ha sido comprobada positivamente en esta investigación, debido a que todo nuestro público indica que gracias a no solo el fanzine, sino el proyecto en general, se ha podido contribuir a un mejor entendimiento sobre la menstruación, también comentan que lograron llevar consigo algo nuevo que compartir con las demás personas a su alrededor sobre el ciclo menstrual.

Recomendaciones

Se propone a largo plazo, seguir con la publicación de más ediciones del fanzine “Adiós Andrés” abarcando más temas sobre el ciclo menstrual, seguidamente se planea expandir a temas de salud de la mujer. Además, de seguir con la iniciativa de continuar dando esta edición gratuitamente cerca de las universidades privadas donde se puede encontrar al público, con actividades más lúdicas para lograr captar más atención por parte de ellas y despertar un interés por el proyecto.

Continuamente, con un mayor recibimiento y alcance de este proyecto, se tiene a consideración sacar diferentes ediciones enfocadas en distintos tipos de público. Por último, todo tipo de nuevas actividades serían dadas a través de la red social de la marca, para crear una comunidad entre la marca con el público.

Referencias Bibliográficas

- Botello, A. y Casado R. (2015). Miedos y temores relacionados con la menstruación: Estudio cualitativo desde la perspectiva de género. *Texto & Contexto-Enfermagem*. 24(1). p13-21.
- Botello, A., García, M., Santana, N. y Ruiz C. (2019). Diseño y validación de un instrumento para medir los conocimientos y actitudes de las mujeres jóvenes ante la menstruación: Escala Metcon (Botello-Hermosa 2018). *Revistas Feminismo*, 33, p225-247.
<https://doi.org/10.14198/fem.2019.33.09>
- Castro, A. (2018). *Sistematización praxeológica: el fanzine como escritura contrahegemónica para la comunicación el desarrollo y el cambio social* (Tesis de maestría).
<http://hdl.handle.net/11634/14567>
- Farmamundi. (2019). *Menstruación. Un fanzine sobre género y salud global*. Recuperado de <http://cooperacion.us.es/noticias/fanzine-menstruacion-farmamundi>
- Fernández, A. (2019). *Ilustración digital y concept art. El arte del siglo XXI* (Tesis de fin de grado). <http://hdl.handle.net/10651/57760>
- Gómez-Sánchez, Pio Iván, Pardo- Mora, Yaira Yohanna, Hernández-Aguirre, Helena Patricia, Jiménez-Robayo, Sandra Patricia, & Pardo-Lugo, Juan Carlos. (2012). Menstruation in history. *Investigación y Educación en Enfermería*, 30(3), 371-377.
- Guayasamín, M. (2019). El Fanzine en el aula: una propuesta didáctica para leer y escribir historias. *Analysis, Claves De Pensamiento Contemporáneo*. 22. p71-75.
- Herzel, N. (2019). Más allá de la imagen: una mirada cercana a la ilustración editorial. *Revista Digital Universitaria*, 20(4). <http://doi.org/10.22201/codeic.16076079e.2019.v20n4.a1>
- Mackay, R., Franco, D. y Villacis P. (2018). El pensamiento crítico aplicado a la investigación. *Universidad y Sociedad*, 10(1), 336-342.
- Menza, A., Sierra, E. y Sánchez, W. (2016). La ilustración: Dilucidación y proceso creativo [versión electrónica]. *KEPES*, 13(13), 265-296
- Ministerio de Educación del Perú (2020). *Aprendo en casa* (1ra ed.). Ministerio de Educación del Perú
- Moreno, F. (1998). *Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje*. (1era ed.). Editorial Ariel.
- Motta, A., Keogh, S., Prada, E., Núñez-Curto, A., Konda, K., Stillman, M. y F.Cáceres, C. (2017, Mayo). *De la normativa a la Práctica: la Política de Educación Sexual ty su Implementación en el Perú* [Gutmacher.org].

<https://www.gutmacher.org/es/report/de-la-normativa-la-practica-la-politica-de-educacion-sexual-y-su-implementacion-en-el-peru>

Organización Nacional de Mujeres Indígenas Andina y Amazónicas del Perú. (2018).

Fanzine: Mujeres indígenas en resistencia en la historia del Perú.

<https://onamiap.org/wp-content/uploads/2018/10/Mujeres-fanzine-v5.pdf>

Referencias Visuales

- AFP México (2019). Desinformación y mitos siendo compartidos en la internet. Recuperado de <https://factual.afp.com/no-consumir-pepino-coco-o-agua-fria-durante-la-menstruacion-no-provocara-cancer-de-utero-ni>
- Almeida (2020). No traço Delas. Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/90352485/No-Traco-Delas-Identidade-Visual>
- Anna_con_doble_ene (2022). Menstruar no invalida mis sentimientos. Recuperado https://www.instagram.com/p/C17Qge2OV_V/
- BBCNewsbeat (2017). Marcha de #FreePeriods para un periodo en condiciones para todos. Recuperado de <https://www.bbc.com/news/newsbeat-42424484>
- Cichon (2017). Seize the Awkard. Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/57019117/GoodType-Tuesday>
- Cichon (2018). Power to the Period. Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/73106463/Feminist-hand-lettering>
- Cultura Creative RF (s.f). Menstrual pain. Recuperado de <https://cutt.ly/LTcDRvI>
- Davidge (2015). I bleed. Recuperado de <https://www.askdrmannny.com/5-ways-can-relieve-period-cramps-naturally/>
- Evania (2021). Menstruation Matters, Inphographic. Recuperado de https://www.behance.net/gallery/131881811/Menstruation-Matters?tracking_source=search_projects%7Cinphographic+menstruation
- Evania (2021). Menstruation Matters, Social Media Post. Recuperado de https://www.behance.net/gallery/131881811/Menstruation-Matters?tracking_source=search_projects%7Cinphographic+menstruation
- Farmamundi (2019). Portada de fanzine Menstruación Un fanzine sobre género y salud global. Recuperado de <http://cooperacion.us.es/noticias/fanzine-menstruacion-farmamundi#:~:text=La%20menstruaci%C3%B3n%20contin%C3%BAa%20siendo%20un,en%20salud%20y%20derechos%20humanos>
- García (2022). Roja somos todas. Recuperado de https://www.behance.net/gallery/159049719/ROJA-SOMOS-TODAS?tracking_source=search_projects%7Cinphographic+menstruation
- Gera (2021). Period Shame: Menstrual Awareness in India. Recuperado de <https://www.bbc.com/news/world-asia-india-52830427>
- Getty Images (2017). Woman confused questions. Recuperado de

- <https://www.bbc.com/mundo/noticias-41674285>
- Guayasamin (2021). Portada de fanzine Historias del Paraíso. Recuperado de https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-Portada-del-Fanzine-Historias-del-Paraiso-Este-proyecto-contiene-relatos_fig6_330637529
- HealthyChildren (2020). Adolescente con cólicos en casa. Recuperado de <https://www.healthychildren.org/English/health-issues/conditions/genitourinary-tract/Pages/Menstrual-Disorders.aspx>
- iStock (2018). Mujer avergonzada. Recuperado de <https://www.istockphoto.com/es/foto/mujer-negra-preocupada-y-triste-pensativa-con-prueba-de-embarazo-en-la-cama-gm940982504-257205156>
- iStock (2021). Elección. Recuperado de <https://www.diariofemenino.com/articulos/psicologia/significado-de-los-suenos/sonar-con-la-menstruacion-cambia-de-ciclo-vital/>
- iStock/Thinkstock (s.f). Mujer confundida. Recuperado de <https://www.vix.com/es/imj/salud/5021/es-malo-usar-tampones-siempre>
- Jones/PA Archive (2017). Marcha de #FreePeriods para un periodo en condiciones para todos. Recuperado de <https://metro.co.uk/2018/10/12/its-time-we-were-honest-about-our-time-of-the-month-we-must-end-the-stigma-period-8025515/>
- Kimatqanatura (2022). Infusiones. Recuperado <https://www.instagram.com/p/CpXrM3AIJIf/>
- La Opinión (2021). Pancarta de “No” al tabú de la menstruación. Recuperado de <https://www.laopinion.com.co/premium/familia/la-menstruacion-tambien-tiene-su-historia>
- Loh, always y Libra (2019). Movimiento #bloodnormal. Recuperado de <https://www.marketingmag.com.au/news-c/news-libra-bloodnormal-campaign/>
- Mesa y Wordley (2018). Silence. Recuperado de <https://theconversation.com/the-culture-of-silence-that-allows-sexual-harassment-in-the-workplace-to-continue-106824>
- ONAMIAP (2018). Portada de fanzine Mujeres Indígenas en Resistencia en la Historia del Perú. Recuperado de <https://onamiap.org/publicacion/fanzine-mujeres-indigenas-en-resistencia-en-la-historia-del-peru/>
- Pathdoc (s.f). Period Shaming. Recuperado de https://stock.adobe.com/es/search?k=blaming&asset_id=87266926
- Pictoline (2022). Los efectos de la menstruación en el cuerpo. Recuperado https://www.instagram.com/p/Co-7pizu_Cf/
- Pollet (2019). Fast with us | Website. Recuperado de

- https://www.behance.net/gallery/86345139/Fast-with-us-Website?tracking_source=search_projects%7Cfast+with+us
- Ralston (2022). Tea with a swamp witch. Recuperado de https://www.etsy.com/es/shop/WaterOfWhimsy?ref=12-about-shopname&search_query=tea
- Sliwinska (2021). Menstruation. Recuperado de https://www.behance.net/gallery/125368791/Illustrationen-fuer-die-Ausstellung-Menstruation?tracking_source=search_projects%7Cinphographic+menstruation
- Springer (2019). What's outside the simulation? Recuperado de https://www.behance.net/gallery/88493393/Fearless-Girls?tracking_source=search_projects_recommended%7Cwoman%20illustration
- Vote y Nankerv1s (2020). Preguntas. Recuperado de <https://www.abc.net.au/everyday/facts-about-periods-no-one-tells-you/11936006>
- Xavier (2013). Sem voce. Recuperado de <https://www.talytaxavier.com/2013/11/sem-voce.html>
- Yarema (s.f). Woman Worried. Recuperado de <https://www.pond5.com/es/stock-footage/item/115365890-sad-depressed-young-woman-feeling-bad-stressed-worried-anxio>
- Yim (2019). Female Power. Recuperado de <https://www.digitalartsonline.co.uk/news/typography/feminism-meets-type-in-a-new->

Anexos

Anexo 1.



Nota: Código QR de las piezas gráficas utilizadas en esta investigación