

Hebras

Reflexión Creativa sobre la Menopausia

Tesis presentada a la Escuela de Diseño
de la Pontificia Universidad Católica de Chile
para optar al título profesional de Diseñadora.

María Alejandra Herrera Bugge
Profesora Guía: Patricia de los Ríos
Profesora Co guía: Dariela Sharim
Julio 2021, Santiago de Chile



Hebras

Reflexión Creativa sobre la Menopausia

Tesis presentada a la Escuela de Diseño
de la Pontificia Universidad Católica de Chile
para optar al título profesional de Diseñadora.

María Alejandra Herrera Bugge
Profesora Guía: Patricia de los Ríos
Profesora Co guía: Dariela Sharim
Julio 2021, Santiago de Chile

Me gustaría agradecerle a mi familia, por su apoyo durante todos estos años de carrera. Acompañándome e incluso ayudándome en mis proyectos.

A Paty, mi profe guía, por estar siempre ahí, tanto en las buenas como en las malas, siempre dando palabras de aliento que ayudaron a sacar adelante este proyecto.

También me gustaría agradecerle a Dariela, mi co tutora, quién me ayudó a ver mi proyecto desde otras perspectivas.

A Puentes UC, por crear los puentes necesarios para poder desarrollar este proyecto.


Y me gustaría agradecer a todas las mujeres que participaron de este proyecto, tanto en los momentos de investigación como en los testeos.

Muchas gracias

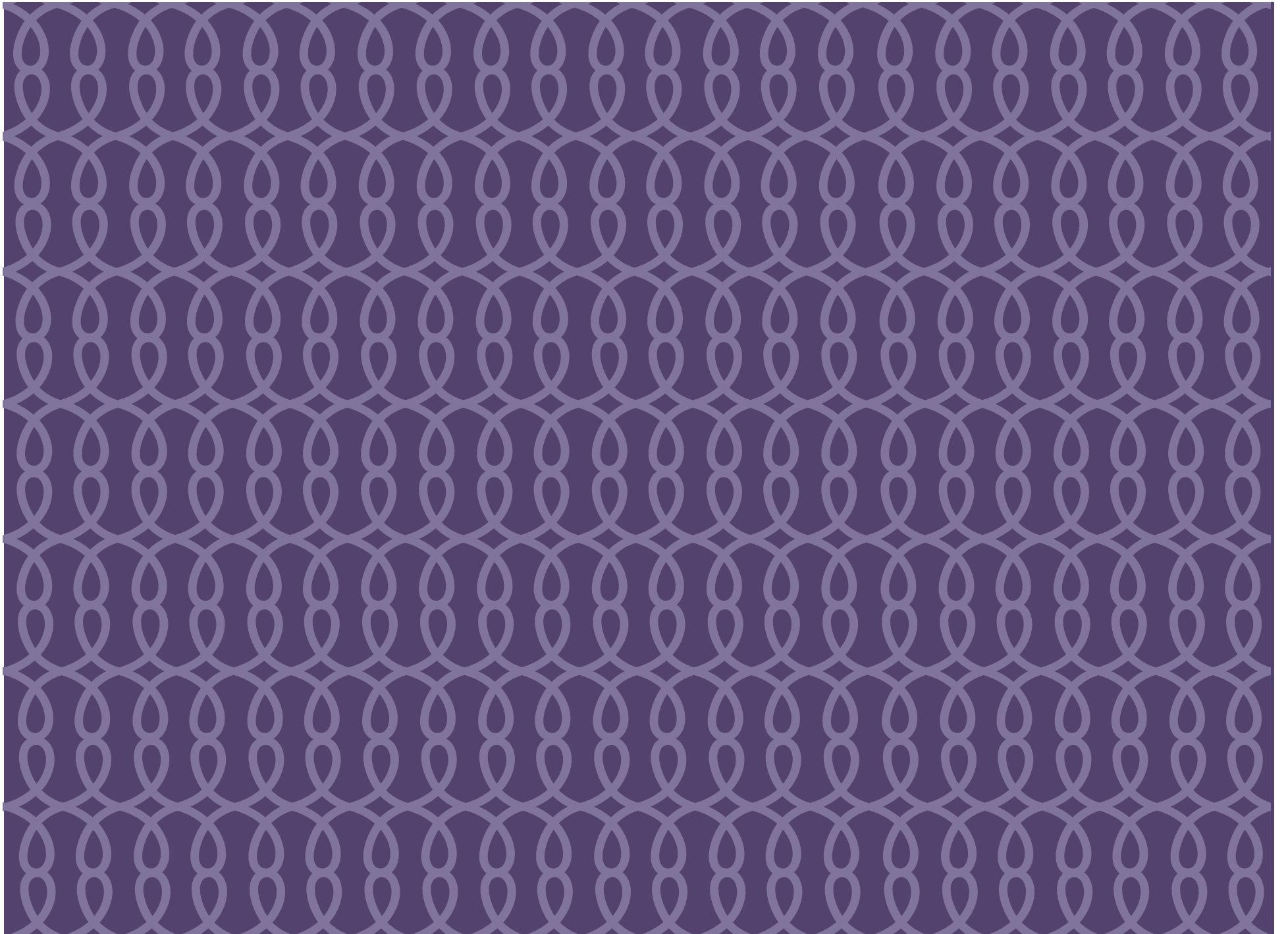
Índice

| | |
|--|----|
| Introducción al proyecto | 8 |
| 1.1 Motivación Personal..... | 10 |
| 1.2 Abstract..... | 11 |
| 1.3 Introducción..... | 12 |
| 1.4 Planteamiento del Problema..... | 13 |
| | |
| Marco Teórico | 17 |
| 2.1 Feminismo, Género y Biología..... | 19 |
| 2.2 Estereotipos y Objetivización de la Mujer..... | 22 |
| 2.3 Mujeres, Climaterio y Menopausia..... | 26 |
| 2.4 Salud Mental y Autoestima..... | 29 |
| 2.5 El Bordado como Lenguaje Feminista..... | 32 |
| | |
| Propuesta de Diseño | 37 |
| 3.1 Oportunidad de Diseño..... | 39 |
| 3.2 Formulación del Proyecto..... | 40 |
| 3.3 Usuarías..... | 42 |
| 3.4 Contexto..... | 44 |
| 3.5 Antecedentes..... | 48 |
| 3.6 Referentes..... | 51 |

| | |
|--|-----|
| Desarrollo del Proyecto | 54 |
| 4.1 Metodología | 56 |
| 4.2 Identificar y Comprender | 57 |
| 4.3 Analizar y Problematizar | 59 |
| 4.4 Conceptualizar y Formalizar | 68 |
| 4.5 Identidad Gráfica | 82 |
| 4.6 Testear e Iterar | 89 |
| 4.7 Implementar y Evaluar | 95 |
| | |
| Financiamiento del Proyecto | 115 |
| 5.1 Estructura de Costos | 117 |
| 5.2 Modelo de Negocios | 118 |
| 5.3 Financiamiento | 119 |
| | |
| Conclusiones y Proyecciones | 121 |
| 6.1 Impacto Esperado | 123 |
| 6.2 Proyecciones | 124 |
| 6.3 Conclusiones | 128 |
| | |
| Referencias y anexos | 130 |
| 7.1 Bibliografía | 132 |
| 7.2 Anexos | 136 |



INTRODUCCIÓN AL PROYECTO



1.1 Motivación Personal

Este proyecto inició un trabajo de introspección, de cómo yo, estudiante de diseño, me cuestionaba el “¿Por qué escogí este tema de la menopausia?” Si nunca lo había experimentado. Finalmente, logré cuestionar, reflexionar y encontrar la respuesta de esa pregunta que me hice.

En primer lugar sentí como mujer lo importante que es luchar (aunque sea en pequeñas cosas) contra los ideales de la “*mujer perfecta*” que impone la sociedad, tanto a las mujeres que están viviendo la menopausia como las demás mujeres. Así fue como me encontré con esta rabia que tenía adentro mío, un sentimiento catalogado por no femenino. Una rabia, tanto con la sociedad, como conmigo misma. Ya que, a pesar de saber y luchar en contra de los estereotipos de género y de belleza, estos han afectado mis decisiones, a lo largo de mi vida, sin siquiera saberlo.

En segundo lugar, la menopausia es parte del ciclo vital, al igual que muchos de los otros procesos por los cuales pasa la mujer durante su vida. Etapas biológicas que están rodeadas de prejuicios y estigmas que la sociedad determina. Siendo que son etapas na-

turales, estas son escondidas por las mismas mujeres. El silencio me atrajo, a esta etapa en las vidas de las mujeres, ya que sentí la necesidad de ayudarlas a encontrar su voz.

En último lugar, la idea de que mujeres jóvenes como yo sepan sobre este tema. Por medio de las mismas voces de las mujeres que ya han vivido esta etapa, creando espacios donde puedan escucharse las diferentes experiencias que vivimos como mujeres. Generando un diálogo intergeneracional que permita cuestionar los mitos y estereotipos establecidos para dar espacio a otras maneras de vivir las distintas etapas de la vida de cada mujer.

1.2 Abstract

Chile sigue estando sumergido en una sociedad patriarcal, donde se espera que la mujer cumpla con ciertos estereotipos, tanto de género, como de belleza. Siendo estos difundidos por los medios de comunicación y la misma sociedad, creando que las mujeres se sientan inseguras de ellas mismas al no poder alcanzar dichos estándares. Esto genera distintos problemas a su salud mental como efectos negativos en su autoestima. Esto ocurre a pesar de que el movimiento feminista en Chile, día a día, toma cada vez más poder, señalando que se debe tener miradas más críticas en cuanto a los prejuicios que rodean a las mujeres.

Por otra lado, como parte del ciclo vital, la mujer pasa por la menopausia. La esto significa el inicio del fin del periodo fértil, asociándolos consigo cambios tanto a nivel físico como psicológicos que causan grandes efectos en ella. La menopausia está ligada a muchos mitos y estereotipos que generan miedos e inseguridades respecto a cómo se vive esta etapa, causando que la mujer suela ocultar y silenciar esta proceso de su vida.

El enfoque del proyecto, se basa en poder analizar el cómo la mujer se enfrenta actualmente a la menopausia, que está rodeada de mitos y estereotipos creados por la sociedad patriarcal, analizando las causas y consecuencias que esto trae consigo. Se espera así poder generar una instancia de reflexión emocional personal respecto a lo que se está viviendo, por medio de la creatividad. Visualizando las distintas voces de las mujeres, de lo que realmente están pasando en este periodo de sus vidas, por medio de la unión como colectivo de sus reflexiones, incentivándolas a vivir esta etapa como un momento de disfrute y de una mayor libertad, dialogando, visualizando y normalizando la experiencia de la menopausia.

1.3 Introducción

A lo largo de la historia, desde que las mujeres son niñas, en la sociedad patriarcal se ha permitido hablar por ellas, en especial a lo que se relacione con el ciclo vital de las mujeres. Que se espera de ellas, cómo deben comportarse y que deben sentir son algunas de las cosas que se le han inculcado a la mujer desde su nacimiento, con la imposición de un ideal de femineidad. Pero ¿Qué es ser mujer? ¿Ser mujer significa ser madre? ¿Ser femenina? ¿Sangrar todos los meses? ¿Ser fértil? ¿Tener genitales biológicamente definidos como femeninos?

Por otra parte, la sociedad occidental de hoy en día, suele valorar todo aquello que es joven, todo aquello que da fruto. Las cosas cuando envejecen pierden valor al ya no ser útiles. ¿Aplica esto mismo con las personas, en especial con las mujeres? A medida que la edad de la mujer avanza, el aparato reproductor de esta va envejeciendo. Cuando se entra en la menopausia, los ovarios dejan de producir la misma cantidad de hormonas (estrógenos y progesterona) y al mismo tiempo deja de liberar óvulos, imposibilitando que la mujer quede embarazada. Dejando de ser “útil” según la sociedad patriarcal.

La menopausia está ligada con la etapa de transición de la mujer a “vieja”, de fértil a infértil, idea que está fuertemente ligada al envejecimiento. La menopausia es una palabra rodeada de estereotipos de géneros negativos con un sentido ofensivo hacia las mujeres que están pasando por esta etapa. Debido a la falta de información, los estereotipos negativos se agarran con más fuerza de estos miedos y provocan ansiedad en las mentes de las mujeres en la menopausia, creando que las creencias y actitudes sean negativas.

Hoy en día, las mujeres, cada vez más han ido demostrando que tienen el poder de sus voces y que es necesario que ellas sean escuchadas. A través del movimiento feminista, la política, en sus puestos de trabajo, en comunidades de mujeres, grupos de apoyo y mucho más. Pero a pesar de estos avances, la menopausia sigue siendo un tabú para muchas mujeres y los estereotipos negativos siguen limitando y afectando la vivencia de su etapa madura en el día a día.

1.4 Planteamiento del Problema

Desde el siglo III A.C. los romanos y los griegos practicaron el culto a Venus o Afrodita. Esta diosa presenta a través de diversos mitos, la relación entre belleza, poder de seducción, amor y fertilidad. Su arquetipo se representa desde entonces mediante una imagen que define el ideal de belleza de la cultura clásica: piel pálida y suave, cabellos dorados largos y ondulados, cuerpo curvilíneo y voluptuoso, de complexión delgada y rostro de rasgos finos, ojos claros y largas pestañas.

Grecia y Roma fueron culturas patriarcales, base de la civilización occidental como la conocemos hasta ahora. Desde entonces, ha sido el ojo masculino el que retrata a la mujer a través del arte, representando lo que la sociedad considera bello. El patriarcado es un, *“predominio de la autoridad que ejerce un varón sobre un grupo de personas o sociedad, específicamente sobre las mujeres y los niños.”* (Significado de Patriarcado, 2019) Este sistema de organización social y de creencias sigue vigente hasta nuestros días, siendo interpelado desde las distintas oleadas del movimiento feminista.

En el siglo XV, el hombre europeo empieza a conquistar y colonizar América, imponiendo su religión, ideales y cultura a los pueblos ya existentes en el nuevo mundo. Creando una homogeneización cultural, *“un proceso en el cual una cultura dominante invade o capta a una cultura local, volviendo a la sociedad homogénea.”* (Canaan, 2019). Uno de esos ideales impuestos, fueron los estereotipos de género y de belleza.

Las Naciones Unidas, define como estereotipo de género como *“una opinión o un prejuicio generalizado acerca de atributos o características que hombres y mujeres poseen o deberían poseer o de las funciones sociales que ambos desempeñan o deberían desempeñar.”* (Naciones Unidas, 2021, párr.1) Afectando los derechos humanos y sus libertades fundamentales respectivamente. Siendo dañino cuando limita desarrollar facultades personales, como la toma de decisiones en la vida como profesionales tanto en hombres como mujeres. (Naciones Unidas, 2021)



Afrodita de Cnido
Praxíteles 360 a. C.



El nacimiento de Venus
Sandro Botticelli - 1482 -1485



Retrato de María Luisa de Toledo
y la mujer enana indígena.
Alberto Otero - 1760
Museo del Prado.

Hoy en día en el siglo XXI, en Chile y Latinoamérica, los medios de comunicación, el cine, la televisión, la industria musical y la misma sociedad, imponen cánones de belleza occidental y *“reproducen estereotipos de género que mantienen a la mujer en una posición de desigualdad, destinándola a roles determinados y casi inamovibles: la mujer madre, la mujer objeto, la mujer dueña de casa”* (Ministerio Secretaría General de Gobierno, 2016, p.6). Según un estudio realizado por Gfk Adimark y Johnson, solo 1 de cada 10 mujeres chilenas está satisfecha con su cuerpo y no cambiaría nada de él (Ceresuela, 2018). La idea impuesta sobre la belleza y el cómo debe actuar la mujer según los estereotipos, les afecta tanto física, como psicológicamente causando trastornos alimenticios, depresión, ansiedad, insomnio y alteraciones a la autoestima. Esta última se define según el diccionario de Oxford como *“Aprecio o consideración que uno tiene de sí mismo.”* (Oxford, 2020)

Las mujeres, durante su vida pasan por distintas etapas, una de ellas es la menstruación, que es cuando el sangrado vaginal comienza, y la mujer es fértil, en términos reproductivos. Las diosas antes mencionadas

representan esta relación donde la fertilidad es signo de belleza. Pero ¿Qué pasa cuando una mujer ya no es fértil? La menopausia es un proceso biológico que marca el final de los ciclos menstruales en la mujer. Esta etapa trae consigo cambios, tanto físicos como psicológicos que pueden afectarla: ciclos menstruales irregulares, sofocos, sudoraciones nocturnas, insomnio, aumento de peso, cambios de humor, depresión y baja autoestima. Según un estudio del endocrinólogo de la Facultad de Medicina de la Universidad de Chile, Juan Enrique Blumel, el 56,8% de las mujeres entrevistadas tenía síntomas psicológicos severos (La Tercera, 2009). Por otra parte, un estudio por Cinfa sobre las Percepciones y Hábitos de las Mujeres Españolas demuestra que una de cada cinco mujeres afirma que su autoestima se vio afectada de manera negativa a causa de la menopausia. (Diariofarma, 2015) Si la menopausia comienza alrededor de los 50 años, y si en Chile la esperanza de vida es a los 80 años en las mujeres, esto deja tres décadas en las cuales viven cambios físicos y psicológicos que se pueden vivir de diferentes maneras dependiendo de la relación que esta tenga con los estereotipos o ideales de belleza y en definitiva con su valor en la sociedad.



1/10
Mujeres chilenas está **satisfecha** con su cuerpo y no cambiaría nada de él.



1/5
Mujeres afirma que su **autoestima** se vio afectada de manera negativa a causa de la menopausia



Movimiento Body Positive
Desfile de Etam en septiembre 2019 en París



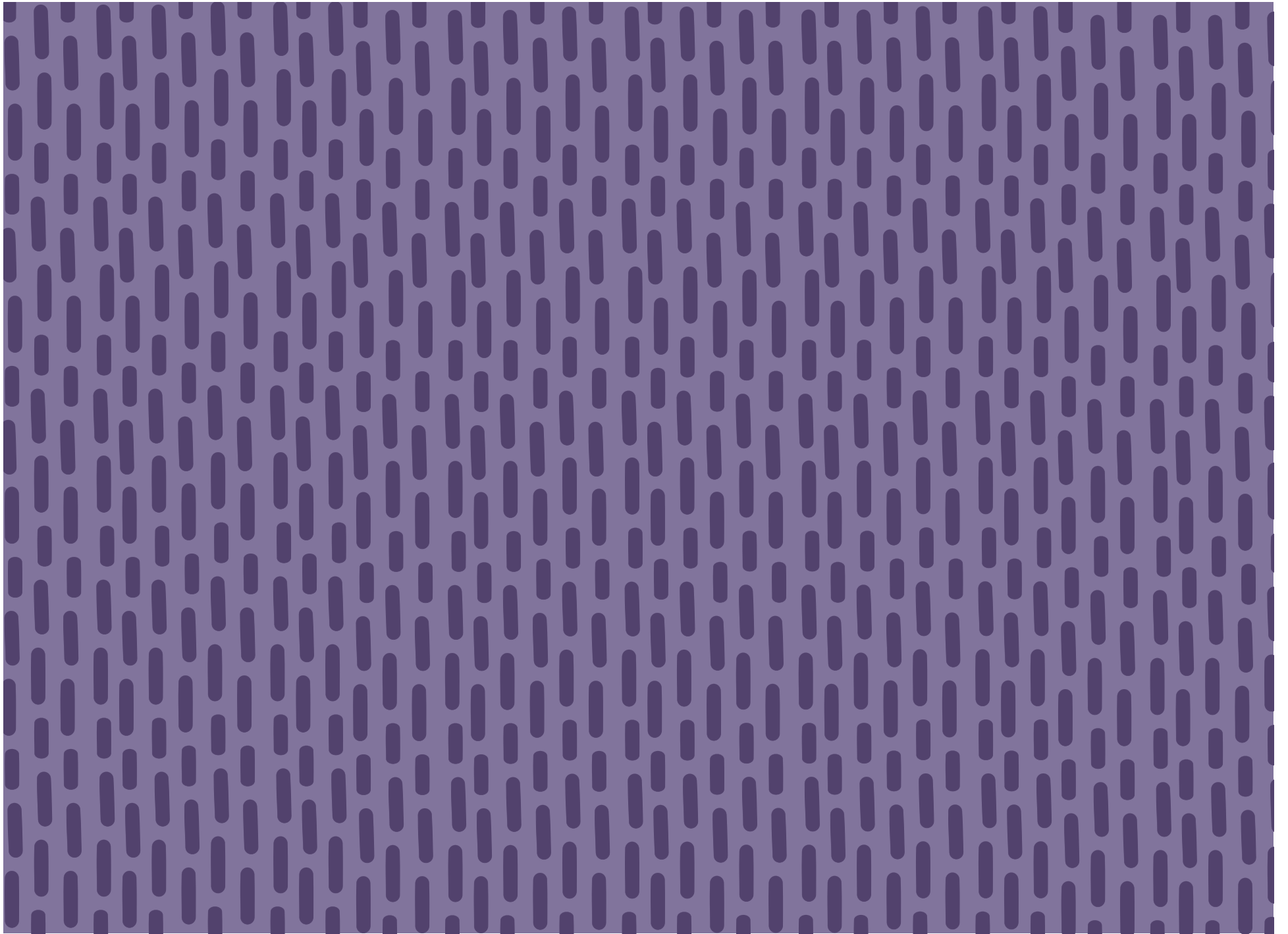
Campaña Dove
#ShowUS

En los últimos años podemos ver que tanto desde las mujeres como los medios se han levantado nuevas miradas en torno a los ideales de belleza, su diversificación y democratización mediante movimientos como Body Positive en el mundo y La Rebelión del cuerpo en Chile, junto a campañas de marcas de productos, moda y belleza femenina que hacen eco de este llamado. Creando una apreciación del cuerpo que involucra honrar, amar y darle gracias al cuerpo. (Tylka, 2018)

El rol del diseño es entender cómo viven efectivamente las mujeres chilenas la menopausia hoy, entregándoles una voz que refleje lo que realmente vive cada una que están pasando por esta etapa en su vida, obteniendo más confianza, seguridad y disfrute durante este tiempo. Tanto a aquellas que han sido presionada por los estereotipos de belleza impuestos a lo largo de su vida, y también a quienes han logrado liberarse en alguna medida de estos límites, creando una seguridad que se pueda compartir con otras que están pasando por lo mismo y con las futuras generaciones de mujeres.



MARCO
TEÓRICO



2.1 Feminismo, Género y Biología

Según la Real Academia Española, feminismo se define como *“Principio de igualdad de derechos de la mujer y el hombre.”* (Real Academia Española, 2020) Este movimiento que se apropia rápidamente del concepto de género, ya que iba más allá que el determinismo biológico, que colabora con la opresión del patriarcado, impidiendo la libertad de las mujeres. Cabe destacar que sexo y género son términos muy diferentes, el primero hace referencia a las diferencias entre el hombre y la mujer, respecto a su anatomía y biología. El segundo son las nociones de masculinidad y femineidad que se han construido socialmente, es más bien un carácter sociocultural. Intentando regular el comportamiento de las personas insertas en dicha sociedad, creando una relación de poder. Abriendo paso a los conceptos de equidad e inequidad de género (Cruz & García-Horta, 2016) *“La igualdad no significa que ambos sexos lleguen a ser lo mismo, sino que los derechos, responsabilidades y oportunidades no dependan de si han nacido como mujeres u hombres.”* (INE, 2015, p.14)

“El determinismo biológico es la idea de que las características y el comportamiento de un individuo están dictados por algún aspecto de la biología, como los genes.” (Greenlane,

2019, párr. 1) Dejando de lado los factores ambientales, sociales y culturales que rodean al individuo. Utilizado para la discriminación de género y el racismo. (Greenlane 2019) El determinismo biológico se probó inválido para la discriminación de razas, pero hoy en día juega una mayor parte dentro de la discriminación de género, siendo parte de debates sobre la orientación sexual y la investigación genética. Mientras tanto, muchos científicos sociales han aceptado la idea de que las razones sociales superan a las razones genéticas al momento de que el individuo tome una decisión. (Determinism, Biological. 2021)

Simone de Beauvoir, feminista francesa, declara que las mujeres se *“volvían inferiores tras un adoctrinamiento cultural disfrazado de determinismo biológico”* (Cruz & García-Horta, 2016, p.131) desafiando al patriarcado que utilizaba determinismo biológico como excusa para definir el comportamiento de las mujeres. *“Los roles son continuamente redefinidos por la sociedad, no son totalmente estables y se van modificando en relación con los cambios sociales y las demandas ambientales”* (Araya, 2003, p.15).

Por otra parte Beauvoir plantea una pregunta ¿Qué es ser mujer? dando a conocer que la función reproductiva de las hembras no es suficiente para determinar si era mujer. La sociedad ha construido una esencia femenina que esperan que la mujer encaje, y participe, teniendo como finalidad la inferioridad de la mujer. (Pintos, 2020) *“No se nace mujer; se llega a serlo”* (Pintos, 2020, p.203)

A lo largo de la historia de la humanidad, el humano siempre ha sido un ser social y de tradiciones culturales, es por esta razón que encontramos desde la prehistoria, las diferencias en el dominio de las sociedades. Según Rianne Eisler, autora del libro *“El Cáliz y la Espada”* al examinar nuevamente la sociedad humana hay una nueva teoría de evolución cultural, en dónde se encuentran dos modelos de sociedad. El primero es el modelo dominador, el cual solemos llamarlos patriarcado o matriarcado, en donde existe una jerarquía de una mitad la de humanidad sobre la otra. Por otro lado, es el modelo solidario, basado en el principio de vinculación, donde la diversidad no significa inferioridad. La autora plantea que en los principios de los tiempos el ser humano vivía bajo el modelo solidario, pero después de un periodo de caos en la

prehistoria se volcó a un modelo dominador. (Eisler, R. T., 2008) El patriarcado (modelo dominador) no surgió, hasta que el ser humano decidió ser sedentario. Esto dividió a los hombres en actividades productivas y a las mujeres en actividades domésticas. (Cruz & García-Horta, 2016)



Vulvas grabadas - Cueva de La Ferrassie

Figurilla alargada de ferracota. Cucuteni Tardío de Vykhatimtsi. IV milenio A.E.C.



Figurilla plana de hueso de Lovest (Bulgaria) 4.000 A.E.C



Figurilla con cabeza de pilar tipo Hamangia. Dobrudja 5.000 A.E.C.



El aquelarre de las brujas - Frans Francken II 1606.
Museo Victoria y Alberto, Londres



Las brujas son un ejemplo de estereotipo de género que se produjo en la edad media, siendo mujeres que tenían conocimientos de la anatomía, botánica, sexualidad y control de la natalidad. A causa de esto se creyó que tenían una conexión con el diablo, provocando que fueran perseguidas y asesinadas en las hogueras por sus conocimientos. (Blazquez, 2011) *“La caza de brujas ahondó las divisiones entre mujeres y hombres, inculcó a los hombres el miedo al poder de las mujeres y destruyó un universo de prácticas, creencias, (...) redefiniendo así los principales elementos de la reproducción social.”* (Federici, 2019, p.223)

“La caza de brujas fue un momento decisivo en la vida de las mujeres; (...) como la causa del desmoronamiento del mundo matriarcal. Pues la caza de brujas destruyó todo un mundo de prácticas femeninas, relaciones colectivas y sistemas de conocimiento que habían sido la base del poder de las mujeres en la Europa precapitalista, así como la condición necesaria para su resistencia en la lucha.” (Federici, 2019, p.157)

Por mucho tiempo, fueron creando estereotipos de género sexistas, como el de que la mujer debido a su fisiología deben someterse al poder de su marido. (Beltán, 1994) Y este debe de estar en pleno conocimiento de los defectos que rodean a la mujer tanto fisiológicamente como psicológicamente, y solo así se podrá vivir plenamente, abriendo paso al tema de la educación de las mujeres, con el fin de ser buenas dueñas de casas y buenas cristianas. (Vives, 1523)

“El género no puede entenderse como algo estático ni universal ya que lo que se considera femenino o masculino varía de unas épocas a otras y de unos entornos culturales a otros.” (Pintos, 2020, p.208) Es importante recalcar que el concepto de género no es solo un conjunto de elementos que conforman la identidad de un individuo sino que también es un principio de organización social, en un sistema en donde hay desigualdades de poder que abren paso a la discriminación. (Pintos, 2020)

2.2 Estereotipos y objetivización de la mujer

Los estereotipos según la Real Academia Española se definen como *“una imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable.”* (RAE, 2019). Uno de los tipos de estereotipos impuestos en la sociedad son los estereotipos de belleza, que se aplican principalmente en la mujer. La imagen de la mujer bella se define desde la cultura de occidente en mujeres de piel, cabello y ojos claros, rasgos finos, con una figura esbelta y delgada.

En la cultura clásica, los artistas codiciaban una belleza femenina para poder retratarla, a partir de ese momento la mujer se convirtió en un objeto de deseo (Murolo, 2009). *“En general, las mujeres reales poco tenían que ver con las representaciones femeninas que salieron de las manos y la imaginación de los artistas de las distintas épocas”* (Aumente, 2010, p.3). La cultura occidental permanece vigente dentro de los estereotipos de bellezas en Latinoamérica, ya que durante el desarrollo de la humanidad la civilización occidental impuso los cánones de bellezas a las mujeres y perduran hasta hoy en día. (Muñiz, 2014)

Estos estándares de belleza hoy en día son impuestos por los medios de comunicación, la publicidad, el cine, la televisión, la industria de la música, entre otros. Estos han normalizado la presentación de imágenes de mujeres con cuerpos opulentos, imposiblemente delgados y blancos. (Muñiz, 2014) Produciendo una objetivación o cosificación de la mujer que se define como *“el uso que se hace de la mujer, del concepto de mujer o de su imagen, total o parcial, para fines que no la dignifican como ser humano”* (Sanahuja, 2018). Ocupando el cuerpo de la mujer como objeto, una imagen hecha deseo. (Murolo, 2009).

La sociedad se considera principalmente liderada por un sistema patriarcal y androcentrista, definido por la RAE como, *“visión del mundo y de las relaciones sociales centrada en el punto de vista masculino”* (RAE, 2020, párr.1). Esto produce que los estereotipos de bellezas parten y sean creados desde una visión masculina, poniendo en el centro los valores de la belleza y la juventud como clave del éxito para las personas. De esta manera se crean modelos de belleza imposibles e irreales de conseguir. (Barros-Rodríguez, 2020)



Venus de Willendorf
28.000–25.000 a. C



Las Tres Gracias - Pablo Rubbens
1630-1635



Girl Looking in the Mirror
Alfred Stevens 1823-1906



Las Chicas Gibson
1900



Marilyn Monroe
1950



Carmen Kass
Publicidad Dior 2000



Josefina Montané
Mujeres Publimetro 2013



Antonia Larrain
Publicidad Dove 2018

Las consecuencias que traen los estereotipos de belleza en las mujeres vienen con el deseo de intentar conseguir aquel cuerpo que calce con el canon establecido. Al no poder conseguirlo se genera un sentimiento de inseguridad e insatisfacción con su propio cuerpo (Barros-Rodríguez, 2020) generando distintos problemas como trastornos alimenticios y problemas a la salud mental como depresión y problemas en la autoestima.

Por otra parte, como respuesta a estas tensiones se han creado distintas agrupaciones para dar respuesta, uno de ellos es el Body Positive. Este nació en 1996 a partir de trabajadoras sociales clínicas, cuyo objetivo es luchar contra los estándares de belleza y replantear el pensamiento femenino que tiene respecto a su cuerpo, para así poder vivir una vida plena (Sánchez Salcedo, 2020). Aquellas personas que poseen una mentalidad Body Positive, aman y se sienten cómodos con su cuerpo, aceptando aquellas características que hacen único su cuerpo. La mentalidad Body Positive está ligada principalmente a la autoestima, a la felicidad, el optimismo y sentirse conectado con la naturaleza. Creando un filtro protector escogiendo aquella información, que entregan los medios que sean consistentes con Body Po-

sitive, rechazando otras que pueden ser peligrosas (Tylka, 2018). Un indicador de salud y bienestar es la buena autoestima, y si bien esta puede variar durante el ciclo vital de una mujer habla de las características que tienen las personas respecto a si mismas. (Matud, 2004)

2.3 Mujeres, Climaterio y Menopausia

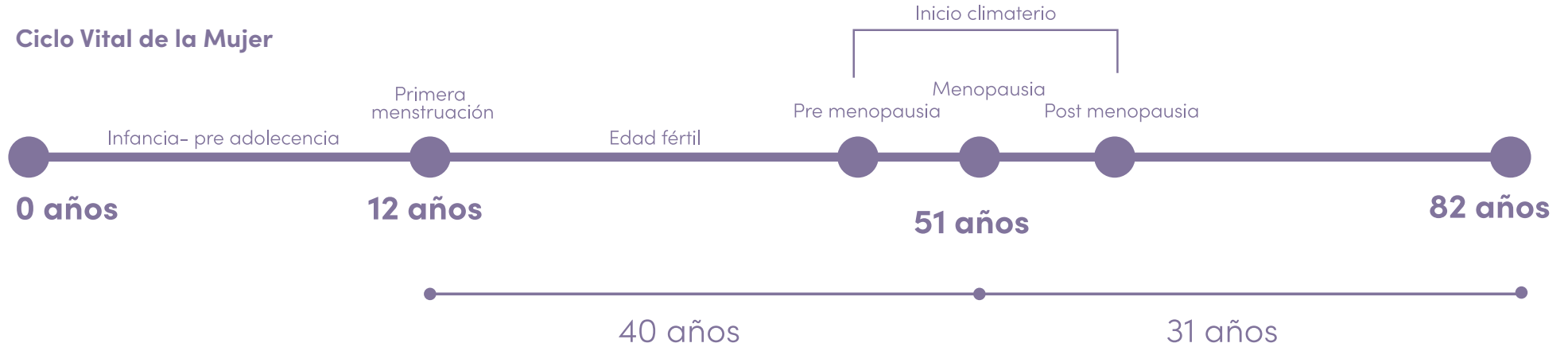
En Chile y en el mundo, hay un envejecimiento de la población progresivo. Según la CEPAL, en Latinoamérica, *“entre 1975 y 2000 el porcentaje de la población de 60 años y más pasó de 6,5 a 8,2%, (...) y hacia el 2050 las personas de edad representarán aproximadamente el 24% de la población”*. (Rodríguez & Figueroa, 2015, p.264) Esto ha sido a causa de distintos factores como la reducción de mortalidad y de la natalidad, el aumento de la calidad de vida y los avances científicos y tecnológicos. (Vélez, 2009)

En el marco de esta investigación entenderemos ciclo vital como *“el proceso vital de un organismo desde su nacimiento hasta su muerte”* (Significados, 2018, párr.1) Considerando la vida de las personas como una continuidad de cambios, destacando distintos parámetros en la vida tanto históricos, como socioculturales y cotidianos en donde predomina la edad como criterio. Este ciclo comienza con la vida y termina con la muerte, realidad que ocurre en todas las formas de vida multicelular, siendo el envejecimiento parte del proceso. (Ruiz & Valdivieso, 2002) El proceso de envejecimiento de una persona, además de conllevar distintos procesos biológicos, es acompañada por cambios en la percepción de la persona hacia sí misma y el

valor asignado que le otorgan las demás personas. (Caudillo, Ortega & Arias, 2018)

El climaterio es parte del ciclo vital de una mujer y es una *“etapa que incluye desde la premenopausia (de 2 – 8 años antes de la menopausia) hasta la postmenopausia (1- 6 años tras la menopausia)”*. (Martín, Padilla, Saavedra & Barroso, 2014, p.2). Esta etapa se presenta en todas las mujeres, ya que es un cambio biológico parte del ciclo vital. Se presenta con irregularidades menstruales, y se asocia a variados síntomas físicos y psicológicos. La menopausia se define como el término de la menstruación. Debe de pasar todo un año sin menstruación, antes de estar segura de que ya no se es fértil. (Lewis, 2003) La edad promedio de las mujeres en Chile que pasan por la menopausia es 49 años. (Araya Gutiérrez, Urrutia Soto & Cabieses Valdés, 2006).

Ciclo Vital de la Mujer



Elaboración propia

Como ya se mencionó, durante este periodo hay distintos síntomas aparte del cese de la menstruación. Algunos de los síntomas físicos son bochornos, escalofríos, sequedad vaginal, sudoración nocturna, aumento de peso e insomnio (Menopausia, 2017). Por otro lado, también se registran cambios psicológicos como depresión, cambios de humor, pérdida del deseo sexual, ansiedad, irritabilidad y cambios en la autoestima. Estos se relacionan con los cambios hormonales, tanto del estrógeno como la progesterona. (Vicente, 2018). Cuando las mujeres pasan por este cambio teniendo menos de 50 años, los síntomas psicológicos tienen un mayor peso teniendo un mayor problema en la autoestima y problemas de depresión, ya que están en plena etapa de realización de sus vidas y actividades. (Araya Gutiérrez, Urrutia Soto & Cabieses Valdés, 2006). Cabe hacer notar, que, hasta ahora, en la definición de la menopausia sólo se habla de cambios y síntomas

negativos y que se percibe y se comunica como el correlato de un cese o fin de la mujer activa y vital.

Existen estudios biomédicos que dicen que la menopausia es una enfermedad, porque se considera al cuerpo femenino en tanto cuerpo apto para lo productivo o reproductivo. La menopausia se trata como una enfermedad a curar mediante la mercantilización, creando distintos exámenes, terapias y medicamentos para aplacarla. (Charlton, 2004) *“En este sentido las y los médicos siguen comercializando con nuestros cuerpos, ellos ponen especial énfasis a la sintomatología y no en escucharlas a ellas como personas”* (Matamala, 1996, p.7) Por otra parte hay distintas recomendaciones para poder vivir la menopausia de manera natural, como el hacer ejercicio, tener una dieta equilibrada, tener una comunicación afectiva, cuidar de la autoestima y tener derechos se-

xuales. (Lewis, 2003)

A pesar de que habitamos una sociedad patriarcal, las mujeres siguen luchando por crear formas de acompañamiento y lucha que nos favorezcan a todas. *“Hoy ha cambiado el mundo, en parte por el uso que hacemos nosotras de las comunicaciones y de la apropiación de lo que hacen las mujeres de todas partes del mundo, de sus prácticas exitosas.”* (Lagarde, 2009, p.1) La palabra sororidad proviene de latín, “sor” (hermana), esta significa que no hay jerarquización entre mujeres teniendo un reconocimiento de la autoridad de cada una, en dónde hay una alianza compleja y profunda entre ellas, teniendo el principio de reciprocidad, donde se comparte, para poder potenciar la diversidad. Está siendo una acción principal para el empoderamiento de la mujer. (Lagarde, 2009)

Este tipo alianza puede ser intergeneracional creando una *“asistencia mutua, lo que constituye una base para mayores y mejores relaciones sociales, que permitan construir intercambios basados en las fortalezas de cada una de estas etapas, y finalmente la práctica de dar lo mejor de cada uno”* (Rodríguez & Figueroa, 2015, p.268)

La No Pausa es una comunidad dedicada a hablar de la menopausia a través de una multiplataforma, mirando esta etapa en la vida de las mujeres que, por lo general, viven con miedo por la vejez, a través de la mirada de una mujer contemporánea. Esta comunidad acompaña a las mujeres a hablar y a compartir información para poder entender qué está pasando por su propio cuerpo. Creado por Miriam De Paoli, brasileña de 49 años y por Milagros Kirpach, argentina de 26 años, es un ejemplo de una red de sororidad e intergeneracionalidad femenina. (No Pausa) Desde otra latitud, el programa de apoyo más grande de Estados Unidos son las Red Hot Mamas que se dedica a proveer educación e información sobre la menopausia, apoyando a las mujeres durante y después de esta etapa. Al mismo tiempo, ayuda a otros programas tanto en el

mismo país como en Canadá. Este programa fue creado por Karen Giblin, en 1991. (In Charge of Change.)

“Es importante eliminar estos mitos y estereotipos creados a partir de una sociedad patriarcal, porque denigran y minimizan a las mujeres en su proceso de menopausia.” (Lewis, 2003, p.110) Esta es una etapa donde se debe disfrutar de la vida *“con menos temor por la experiencia acumulada; es la etapa de crecimiento intelectual, laboral y de desarrollo espiritual con una gran capacidad de cambio; es decir, es el periodo apropiado para ser protagonista de su propia vida”* (Charlton, 2004, p.10)

2.4 Salud Mental y Autoestima

Según la Organización Mundial de la Salud, se define como salud mental *“un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”*. (Organización Mundial de la Salud, 2017, párr.1) Hoy, en Chile, la depresión y la ansiedad se presentan casi dos veces más habitual en mujeres que en hombres. (Escuela de Medicina UC, 2016,) Según el Doctor Figueroa, al momento de preguntarle por qué pasaba esto su respuesta fue la siguiente:

“Se ha observado una relación entre los estrógenos y la respuesta al estrés mediada por la actividad hormonal en el eje hipotálamo-hipófisis-suprarrenal, que aparentemente jugaría un papel importante. Esto explicaría porqué es justamente durante el período fértil de la vida de una mujer donde la prevalencia de trastornos depresivos y ansiosos es más o menos el doble que en los hombres, no así antes de la pubertad ni después de la menopausia. (Escuela de Medicina UC, 2016, párr.5)

La salud mental de las mujeres durante el climaterio se ve afectada por la baja de hormonas sexuales que se experimenta durante este periodo. Aparte de esto, existen otros factores externos que pueden ser factores de

riesgo (familia, trabajo, situaciones de duelo, violencia doméstica, etc). Están más expuestas a situaciones vitales que pueden gatillar un deterioro en la salud mental. (Burin, 2012) Según el Minsal, la incidencia de síntomas depresivos es más alta en mujeres pertenece a la edad de 45-64 años (30,1%), entre tanto para los hombres es a la edad de 25-44 años (11%) (Climaterio & APS, 2014)

Por otra parte, la autoestima también se ve afectada en la mujer una vez que llega a la menopausia. La autoestima se define como *“valoración, percepción o juicio positivo o negativo que una persona hace de sí misma”* (Significados, 2019, párr 1). Dentro de esta hay distintos grados de autoestima, teniendo dos polos, la autoestima positiva y la negativa. La primera se define como sentirse apto para la vida gracias a la confianza que se tiene. Una alta autoestima trae consecuencias positivas para la vida como sentirse capacitado para enfrentar las distintas adversidades que trae la cotidianidad. Al mismo tiempo la persona es más creativa y ambiciosa con sus metas. Y, por último, tienden a entablar relaciones positivas con otras personas y no negativas. En el segundo polo, la autoestima negativa, es sentirse poco útil e insuficiente para la vida, imposibilitando tener una vida plena. (Branden & Wolfson, 1989)

El desarrollo de la autoestima se construye a partir de las interacciones con las personas y se nutre de factores internos (creencias o ideas), como externos (experiencias, padres, educadores y contexto), a la persona y resulta a partir de la historia o biografía de las personas. Esto significa que la autoestima se puede ir cambiando y moldeando a lo largo de la vida de la persona. (Pereira, 2007).

La estabilidad de la autoestima varía según el momento en el ciclo de la vida que la persona se encuentre. En la infancia es baja, y va aumentando en la adolescencia y en los primeros años de adultez juvenil. Esta va disminuyendo a medida que las personas se van acercando a una edad madura hasta la vejez. (Matud, 2004) ¿Por qué al llegar a una edad más avanzada baja tanto la autoestima?

Esta etapa se vive de distinta manera tanto como para los hombres como para las mujeres, *“Los hombres pueden aparentar la edad que tienen, incluso, algunas de sus características pueden aumentar su atractivo, sin embargo, para considerar a una mujer bella es un requisito fundamental la juventud”* (de Lemus & Expósito, 2005, p.40) En cuanto a la diferencia de la autoestima del hombre y de la

mujer se dice que existen distintos factores que causan esta diferencia, como el trato diferencial según el sexo en las escuelas, el énfasis que se le da al cuerpo femenino y la cultura, ya que como se mencionó antes el contexto cultural tiene grandes efectos en la construcción de sí mismo (Matud, 2004)

“Una mujer debe ser una profesional eficiente, esposa y madre ejemplar y además esforzarse por estar a la altura de los cánones de belleza establecidos por la sociedad” (Rivera Vargas, 2005, p17). En el día a día de la mujer hay distintas exigencias que provienen del mundo laboral, la familia, los medios de comunicación, el ámbito social. Estas exigencias, en muchos casos, parten por ellas mismas a falta de la aceptación y confianza que se tienen a sí mismas y de la distancia con que se enfrentan los estereotipos e ideales. (Rivera Vargas, 2005). El estereotipo de la mujer bella y perfecta en todo ámbito presiona a que la mujer quiera alcanzar esa imagen.



Diccionario

Busca una palabra

autoestima

nombre femenino
 Aprecio o consideración que uno tiene de sí mismo.
 "con la llegada de la menopausia, la mujer pierde vigor físico, elasticidad y belleza, lo que en ocasiones puede provocar un descenso en su autoestima"

Definiciones de Oxford Languages Comentarios

Traducciones y más definiciones

No es casual que, al buscar en Google, el buscador más global de contenidos de hoy, el significado de Autoestima, la frase de referencia sea la siguiente *"con la llegada de la menopausia, la mujer pierde vigor físico, elasticidad y belleza, lo que en ocasiones puede provocar un descenso en su autoestima"*. Esta frase reafirma la idea de que, con la pérdida de la fertilidad, la mujer enfrentará sólo pérdida de atributos positivos. *"El otro argumento es que la internalización de las actitudes occidentalistas contra la edad junto con los cambios en la forma del cuerpo, el aumento de peso y el desarrollo de arrugas pueden predisponer a las mujeres mayores hacia una imagen corporal más negativa"* (Ricciardelli, Caltabiano & D'Antuono, 2018, p. 44)

2.5 Bordado como Lenguaje Feminista

La Real Academia Española define bordado como “Adornar con bordaduras una tela u otra materia” y “Ejecutar algo con arte y primor”. (RAE, 2020, párr. 1) El bordado aparece antes que la agricultura en la prehistoria 15000 a.C., siendo ocupado por múltiples civilizaciones a lo largo del mundo, destacando por su valor estético. Teniendo un auge en la edad media gracias a la importación de seda del imperio bizantino y a la invención de la aguja de acero (Blanca, 2014). Al pasar de los siglos, el bordado se ha ido refinando, creando nuevas técnicas ocupándolo como símbolo de poder y riqueza en especial por la Iglesia. La continuación de la expansión del bordado, llegó a ser parte de la indumentaria, tanto de los hombres como de las mujeres en el siglo XVIII y siglo XIX. En América Latina, no hay registros de esta técnica anterior a la conquista y colonización. (Castillo & Menares, 2017) *“El lenguaje del bordado ha sido una forma expresiva que los pueblos originarios encontraron para relevar aquellos signos temidos por los españoles.”* (Blanca, 2014, p. 24) En Chile la práctica de este se hacía difícil debido a la falta de materiales, a pesar de esto se logró surgir gracias a la ornamentación de la Iglesia Católica. (Castillo & Menares, 2017)

A lo largo de la historia, han sido las mujeres las que han tomado la práctica del bordado, vinculando esta actividad con estereotipos y trivialidades impuestos por la sociedad patriarcal, estigmatizando este arte textil en la época victoriana como una labor puramente estética para las mujeres, vinculándolo con la artesanía. Teniendo en mente siempre bordar y coser para el otro. Creando una diferencia entre el arte femenino y el masculino (pinturas y esculturas) a pesar de que las mujeres han estado presentes en todas las disciplinas relacionadas con el arte. (Frasquet, 2016) Diferenciando el arte, con el talento y la creación de piezas únicas y trascendentes, y la artesanía está ligada a la creación de objetos útiles y que se crean a través del implemento de una técnica. (Garrido, 2018)

El bordado ha sido parte de la lucha por los derechos de las mujeres. En el siglo XIX, surge un movimiento feminista que tenía como objetivo conseguir la ciudadanía, en especial el sufragio. Las mujeres sufragistas realizaban actividades textiles tanto en espacios privados como públicos creando herramientas de visibilización, resistencia y protestas. Quiriendo poner el cuestionamiento de lo que aparentemente era insignificante, creando armas textiles. (Garrido, 2018)



Detalle pañuelo de mano Sufragista
Siglo XX
Museo de Londres



El pañuelo Suffragette
1912



Banner Sufragista
1920



Mujeres sufragistas cosiendo una bandera.

Aurèlia Muñoz 'Cometa anclado', 1974



Nora Kimmelman "Vuelo Interior", 2012



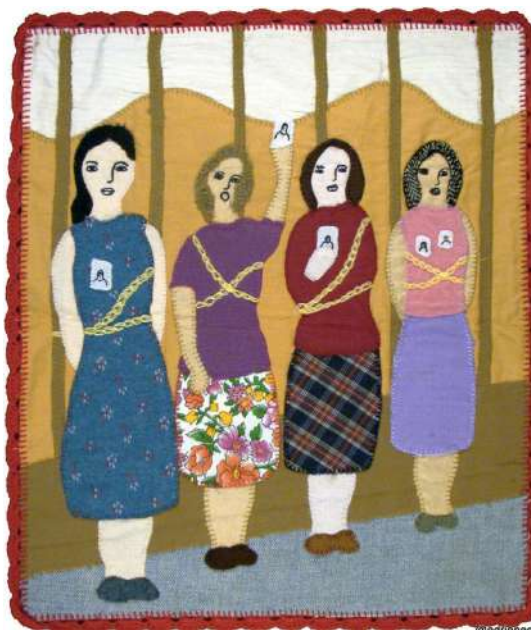
En el siglo XX, nace un movimiento llamado Fiber Art, llevando el tejido y el bordado a un campo artístico, dejando de lado lo artesanal. Movimiento generado por artistas feministas que cuestionan el rol asignado tradicionalmente a la mujer dentro de las artes, creando un nuevo camino para el significado detrás del bordado, como un nuevo lenguaje narrativo y artístico. (Frasquet, 2016)

"El bordado, que había jugado un papel primordial en la educación sexista heredada del S.XVIII, con las feministas de los 70 se convierte en un instrumento de protesta y rechazo de los valores impuestos que relegaba a las mujeres al ámbito doméstico y que les impedía acceder de manera profesional al mundo del arte." (Frasquet, 2016, p. 23)

El bordado llega a Chile junto con los españoles al momento de la conquista. Este fue uno de los trabajos femeninos honrosos de la época en el que las mujeres optan como mejor opción, a causa de se ganaba más dinero siendo costurera. No obstante, este trabajo continuó realizándose únicamente en el hogar o en un monasterio, no alterando el orden social de la época. (Artesanías de Chile, 2021)

Durante la dictadura (1973- 1990) en Chile, se destacó un grupo de artistas chilenas llamadas “Las Arpilleras” creando obras para la Asociación de Familiares de Detenidos Desaparecidos. Bordaban a mano usando la ropa de familiares desaparecidos sobre una arpillera, bordando el lema “Paz, justicia y libertad”. Usando este método como una resistencia feminista. (Blanca, 2014) Violeta Parra fue una de las grandes impulsoras de este movimiento. Llegaron a ser más de mil arpilleras en Chile, denunciando el día a día de la dictadura. Al no haber fotos de lo que realmente estaba ocurriendo, esta era una de las pocas representaciones gráficas sobre lo vivido, al nivel de que países extranjeros empezaron a pedir sus obras. El movimiento sigue vivo a pesar de que ya se haya terminado la dictadura, retratando el Chile de hoy y sus problemas tanto cotidianos, como problemas sociales como la pobreza, violencia intrafamiliar, derechos de las mujeres, entre otros. (Zancada, 2017)

Arpilleras - Familiares encadenadas Colección Kinderhilfe Chile Bonn
Museo de la memoria



Arpilleras - Marcha de mujeres familiares de detenidos desaparecidos (AFDD)
Museo de la memoria



Detrás de la actividad del bordado se encuentra un sentido de herencia y colectividad, uniendo generaciones de mujeres que aprenden unas de otras. Las más sabias enseñan a las más jóvenes, mostrando una vez más lo importante de la intergeneracionalidad, entrelazando una actividad manual, junto con un discurso propio. Al mismo tiempo, la mujer hace un vínculo con la tela, creando un reencuentro con sus orígenes, para poder así, escribir su discurso. (Contreras, 2017)


“Han transmitido sus conocimientos de generación en generación a las más jóvenes, porque han sido las mujeres, las encargadas de las tareas domésticas. (...) pues crea comunidad: las ancianas conocen mejor la técnica, la tintura, los puntos y las texturas que las jóvenes, por esta razón, niñas, mujeres y ancianas se sientan juntas (...) para transmitir sus saberes” (Contreras, 2017, p.6)

El bordado ha servido para reunir mujeres creando espacios libres para hablar, y al mismo tiempo crear un ambiente de solidaridad y de creación. Mientras se pasa la aguja con el hilo en la tela, se establecen redes afectivas y se sienten las conexiones con la

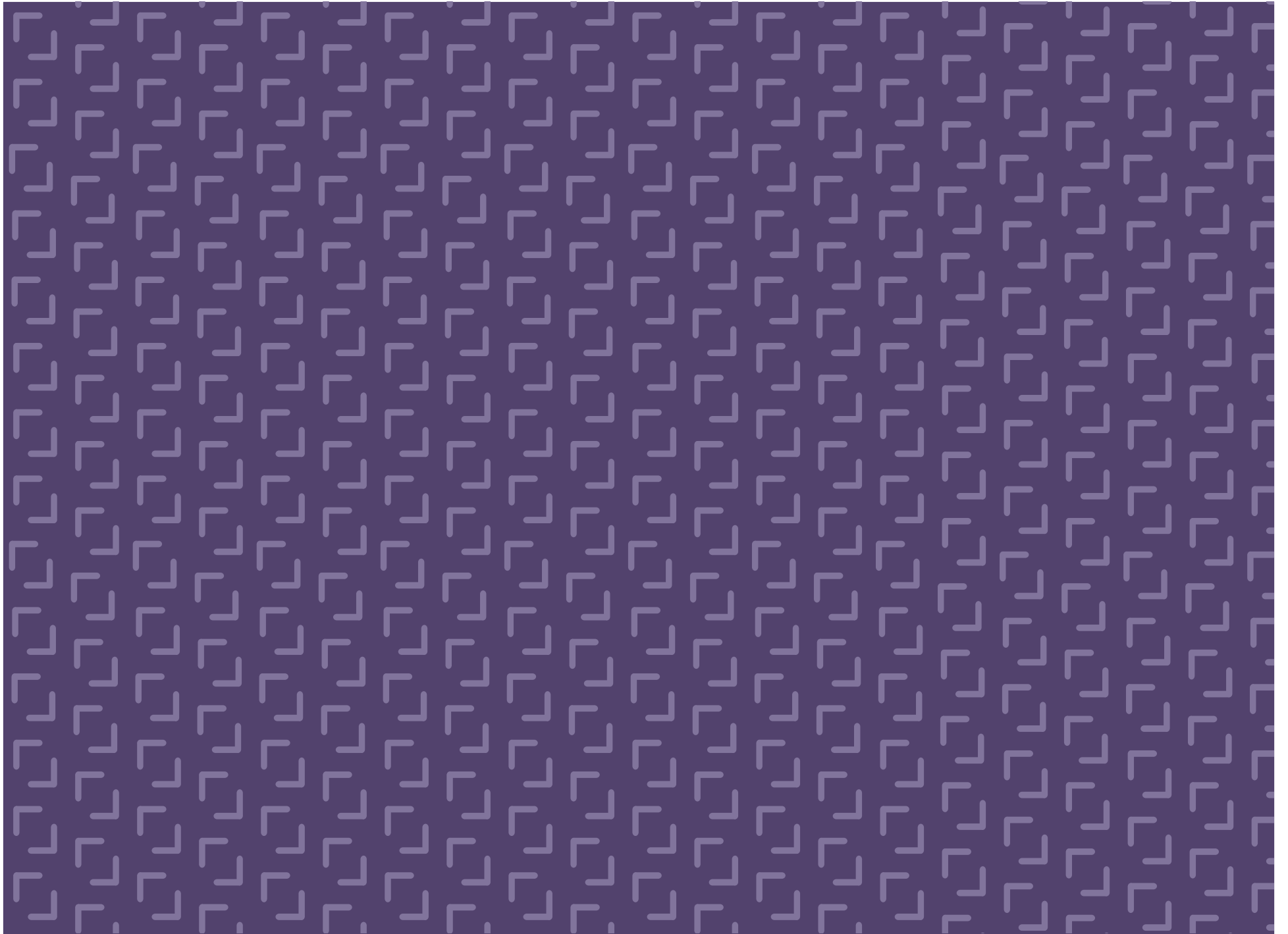
madre y abuela que enseñaron a esa mujer a coser. (Pérez-Bustos & Piraquive, 2018) *“Existe una conexión íntima, sensorial, afectiva entre aquello que podemos conocer sobre el trabajo textil artesanal, colectivo y público”.* (Pérez-Bustos & Piraquive, 2018, p11)

Hoy en día, hay una gran cantidad de mujeres que siguen bordando, representando la actualidad a través de hilos y telas, creando un nuevo significado a esta técnica. Quedando atrás el significado tradicional previo sobre el bordado ya que la mujer ya no cose para alguien más, sino como un medio de expresión y como algo íntimo. (Frasquet, 2016)

“El trabajo colectivo sirvió para el enriquecimiento mutuo de las artistas que compartían inquietudes, frustraciones y todo tipo de discriminaciones pero también fue un espacio para la organización de la lucha feminista y el desarrollo de nuevas miradas en el arte.” (Frasquet, 2016, p.37)



PROPUESTA DE
DISEÑO



3.1 Oportunidad de Diseño

Las mujeres a lo largo de su ciclo vital, pasan por distintos procesos biológicos y emocionales que marcan las distintas etapas en su vida. Además de esto, la mujer día a día siente que tiene que cumplir o luchar en contra ciertas expectativas y estereotipos que las sociedades patriarcales han impuesto al rol que cumple ella dentro de la sociedad, afectando su salud mental y su autoestima en el camino.

Uno de los procesos biológicos por los que pasan es la menopausia. Este es el proceso que da fin a la etapa de fertilidad, trayendo distintos síntomas y prejuicios consigo, dónde los estereotipos de género y de belleza, difundidos por la sociedad patriarcal generan miedos e inseguridades respecto a esta etapa. Generando que la mujer viva esta etapa en silencio, causando que se creen mitos y tabúes respecto al tema, avivando la ignorancia y desinformación sobre la menopausia.

La oportunidad de diseño nace a partir de la necesidad de reflexionar y hablar sobre las experiencias vividas ligadas al ciclo vital, en especial en la menopausia, su salud mental, su autoestima, y los estereotipos de género y de belleza. Empoderando a la mujer a sacar su voz a través de la búsqueda de expresión mediante el trabajo con las telas e hilos, el bordado.

Por medio del diseño de servicio, se diseñará una experiencia de reflexión personal emocional, que permita ser plasmada en una obra creativa textil, se podrá compartir por medio de un foro, que genere una idea de colectividad sorora e intergeneracional, en donde las mujeres puedan compartir sus reflexiones y obras. Generando un espacio de confianza, donde se puedan escuchar entre ellas, sin miedos ni prejuicios, uniendo sus voces a través de sus obras creativas con sus respectivas reflexiones y miradas respecto a la menopausia. Generando un proceso de introspección de sus vidas tanto a nivel personal como colectivo.

Ayudando a corto plazo, a que las mujeres, puedan reflexionar y expresar lo que realmente sienten sobre lo que están o pasaron algún momento de sus vidas. Para que así puedan ser escuchadas por la comunidad que las rodea, y esta misma pueda aprender de ellas.

3.2 Formulación del proyecto

Pregunta de investigación:

¿Cuáles son las causas y consecuencias de los estereotipos impuesto por la sociedad patriarcal en las mujeres que están pasando por la menopausia?

¿Qué?

Hebras es una experiencia de reflexión emocional personal y colectiva, que motiva a la mujer a usar su potencial creativo, por medio del bordado, visibilizando su voz respecto sus conocimientos y/o experiencia sobre la menopausia. Se crea una obra colectiva junto con otras mujeres de una misma agrupación.

¿Por qué?

Actualmente la visión acerca de la menopausia está rodeada de estereotipos negativos y mitos que atemorizan a las mujeres, llevándolas a vivir esta etapa en silencio y a no poder disfrutar de su potencialidad al máximo, obstaculizando el que ellas puedan tener una vivencia personal libre y desprejuicada. Y poder finalmente aprovechar esta etapa como un momento de creación y de visualización de las voces, por medio del bordado, como lenguaje feminista y de expresión.

¿Para qué?

Generar una reflexión emocional sobre las vivencias de la menopausia por parte de las mujeres, que participan en una agrupación, visibilizando el valor de la mujer más allá de los estereotipos que aún imperan, dejando de lado las percepciones de los demás. Y visibilizando otras posibilidades de cómo realmente las mujeres viven la menopausia que se transfiera a distintas generaciones de mujeres.

Objetivo General:

Generar una experiencia de reflexión emocional personal y grupal, motivando a la mujer a usar su potencial creativo como reflejo de estas reflexiones, visibilizando su voz respecto a las experiencias y/o expectativas de la menopausia.

Objetivo Específico 1:

Comprender desde el análisis de la literatura y la epistemología feminista, las causas y consecuencias que producen los estereotipos por las sociedades patriarcales en las mujeres que pasan por la menopausia en Chile.

IOV: Revisión bibliográfica, encuestas, entrevistas, diario de vida de la diseñadora.

Objetivo Específico 2:

Identificar percepciones e interacciones críticas de las mujeres que están pasando por la menopausia

IOV: Entrevistas a usuarias, encuestas. Comparar percepciones sobre el tema a través de un cuadro comparativo.

Objetivo Específico 3:

Crear un diseño de experiencia que estimule la reflexión personal creativa en las mujeres que están pasando por la menopausia.

IOV: Mapas de viaje, blueprints testeos de funcionalidad, apariencia y implementación

Objetivo Específico 4:

Construir un diseño de servicios que permita ser postulado a fondos públicos para que pueda ser replicado en diversos territorios, para poder fomentar la reflexión personal creativa respecto la menopausia a lo largo de Chile.

IOV: Blueprint, Encuestas de percepción de la implementación, búsqueda de fondos

3.3 Usuarios

Una sociedad que integra un envejecimiento activo, propicia movimientos intergeneracionales como fundamento para entrelazar relaciones solidarias entre todas las generaciones, rompiendo las barreras de discriminación a causa de la edad, dejando de lado el sentido asistencial. (Beltrán & Gómez, 2013)

Este proyecto, está dirigido para agrupaciones de mujeres (que tengan desde 20 a 65 años de edad) de distintas organizaciones sociales de Chile, tanto en municipios, juntas de vecinos, fundaciones, escuelas y barrios.

Los siguientes perfiles de usuarios provienen del trabajo de campo (encuestas, entrevistas y conversatorios que se verán más adelante) e investigación realizados para este proyecto que ayudaron en la construcción de estos perfiles.

Usuario Principal: Mujer en la menopausia

Mujer que está en la menopausia, entre los 45- 55 años. Tiene una leve idea de lo que le está pasando en su cuerpo, ya que hay síntomas físicos y psicológicos. Ella sintió que todos sus problemas en esta etapa se magnificaron y se sintió agobiada. Intenta buscar información para calmar sus miedos, encontrando muy poca ayuda, causándole problemas a su salud mental. Si tiene hijos ellos ya están grandes y comenzando su vida independiente, por lo cual ella ya no está tan presente en sus vidas, gozando de menor carga en la crianza. Los padres de esta mujer están enfermos y tiene que cuidarlos. Está obteniendo frutos de su carrera laboral y se siente satisfecha con ella. Es parte de alguna agrupación de mujeres. Siente que tiene pocas personas para hablar del tema de la menopausia abiertamente, lo cual la hace sentir sola.

Usuarios secundarios **Mujer en la premenopausia**

Mujer que está en la premenopausia, que por lo general están entre los 35 hasta los 45 años. Mujer que aún no sabe muy bien en que está su cuerpo, no sabe porque le está pasando. Siente que es muy joven para vivir el climaterio. Si tiene hijos, ellos aun son jóvenes y aún dependen de ella, por lo cual tiene que estar pendiente de ellos. Está en plena carrera laboral, que le demanda tiempo, pero aun asi es parte de una agrupación de mujeres.

Usuarios secundarios **Mujer en la post menopausia**

Mujer en la post menopausia, entre los 55 a 65 años. Ya sabe por lo que pasó su cuerpo, y mira esta etapa de la vida como una época de disfrute y como un nuevo capítulo en su vida. Los síntomas de la menopausia son cada vez menos, y se siente más aliviada. Si tuvo hijos estos ya están comenzando a armar una familia. Su vida laboral sigue, pero está llegando a un fin prontamente. Tiene tiempo para ella misma y le gustaría compartir su experiencia de esta etapa con otras mujeres. Especialmente en la agrupación de mujeres a la cual pertenece.

Usuario Complementario **La Mujer joven**

Joven entre 20 - 30 años que está pasando por su etapa fértil. Tiene alguna relación con una mujer que está pasando por la menopausia (ej. madre, tía, vecina, amiga, etc.). Actualmente está estudiando o recién comenzando su vida laboral. Esta joven se siente parte de la tercera ola feminista en Chile, siente que todas las mujeres están en la misma lucha y hay que valorar la sabiduría de cada una de ellas. Cree que debería haber una mayor sorroridad entre mujeres y que no debería haber barreras de edad. Está entrando a una agrupación de mujeres, dónde siente plena libertad para hablar sobre lo que ella piensa.

3.4 Contexto

En el mundo, el movimiento feminista está siendo cada vez más notorio, y Chile no se queda atrás. Desde los años 80, los chilenos no experimentaban un movimiento con tanta fuerza, que historiadoras y psicólogas manifiestan que es la conformación de una “tercera ola”, que tendrá registro como la más grande de Chile. La primera ola se manifestó con la Ley del Sufragio Femenino Universal en 1947, donde las mujeres buscaban tener el derecho a votar y ser electas, por ende, tener derecho a la ciudadanía. (Sepúlveda Garrido, 2018) Con Elena Caffarena como gran luchadora por la emancipación de las mujeres. (Memoria Chilena, 2018) La segunda ola fue en la década de los 80, después de estar dormido por casi tres décadas, la dictadura despertó al movimiento feminista. Se crearon distintas organizaciones e instituciones donde se discutía sobre la identidad feminista, se cuestionaban los roles de género y se criticaba la desigualdad y la discriminación de género. Dentro de éstos destacó el Círculo de Estudios de la Mujer, quienes legitimaron el movimiento feminista desde el conocimiento. (Memoria Chilena, 2018) La tercera ola es la que se está viviendo en Chile actualmente, y se enfoca en la lucha contra la violencia y desigualdades que vive la mujer desde la infancia, como los femicidios,

violencia física y simbólica (discriminación y desigualdades) y micromachismos. (Sepúlveda Garrido, 2018) Dentro de sus últimas y más visibles expresiones se encuentra el trabajo de Las tesis, colectivo feminista, creador de “Un violador en tu camino”, un mensaje contra la violencia de género y el patriarcado, visto por primera vez el 25 de noviembre del 2019, que revoluciona al mundo, y que por medio de internet y las redes sociales logró una propagación global. (Nodal, 2019) Esta convocatoria llegó a mujeres de distintas edades, como fue demostrado en Las Tesis Senior, donde más de 10.000 mujeres sobre 40 años respondieron y participaron. (BBC News, 2019) Los movimientos feministas de hoy ya no sólo se manifiestan en protestas, sino que también inundan las redes sociales (Sepúlveda Garrido, 2018) creando espacios para diálogos y una mayor participación de la ciudadanía.



Elena Caffarena haciendo campaña radial del Memch, 1938
Crónica del sufragio femenino en Chile



Movimiento Feminista Biblioteca Nacional 1983



Lastesis Un Violador en tu Camino 2019

Contexto de implementación

Si bien la organización de los grupos de mujeres en la actualidad se apoya fuertemente en internet y las redes sociales, no han dejado de existir acciones y asociaciones en comunas y barrios como una forma de crear lazos y acciones más concretas en el territorio. A lo largo de Chile, existen 345 municipalidades, que velan por la administración y gobernanza de la comuna a cual corresponde, integrado por un alcalde, concejales y un equipo por detrás. Una de las funciones de las municipalidades es la promoción del desarrollo comunitario dentro de la comuna. (Dazarola Leichtle, 2018)

Puentes UC es un programa que permite a los estudiantes de la Universidad Católica realizar proyectos que ayuden a la solución de problemas públicos reales. (Puentes UC, 2020) Ángel Pérez, profesional Puentes estableció un contacto con Nicolás Rojas, del departamento de inclusión y género de la Municipalidad de Renca, con el cual se coordinó el trabajo con agrupaciones comunitarias de esta comuna. Lamentablemente, debido a problemas con la municipalidad, no se pudo implementar el proyecto en ella. Experiencia que sirvió para aprender que las cosas no siempre funcionan como deberían y hay que saber adaptarse a los problemas.

Con la ayuda de Puentes UC, se creó el contacto con la municipalidad de Puente Alto, en el departamento de Puente Mujer, con la encargada de agrupaciones Tamara Cabello. En dónde una vez creado el contacto con ella, se inició el proceso rápidamente de selección de las mujeres y coordinación de fechas para la realización de la actividad.

La comuna de Puente Alto está ubicada en el sector suroriente de la Región Metropolitana. Contando con 88 km² y según la Data Chile cuenta con 568.106 habitantes donde un 51,6% son mujeres y con un ingreso medio de \$375.101 mensuales. (DataChile, 2021) En el 2014, se empezó un trabajo de apoyo y orientación a grupos de mujeres de la comunidad de Puente Alto, comenzando con 25 agrupaciones, hoy en día son 90, dividiéndose en talleres laborales y recreativos. Se tiene como objetivo promover la autonomía de las mujeres entregando herramientas de empoderamiento y autogestión para poder generar un mayor desarrollo y crecimiento personal y laboral. (Puente Mujer, 2015)



Por otra parte, Puente Alto es una de las comunas más grandes de la Región Metropolitana y la con mayor vulnerabilidad, intensificando el problema aún más con la pandemia que se está viviendo actualmente. A pesar de haber estado en Fase 1 (cuarentena), las personas que viven en la comuna seguían saliendo a trabajar, las ferias funcionaban normalmente y se veían largas filas en los paraderos, arriesgándose a contraer el virus Covid-19. Esto se debe a la precariedad que se vive en esta zona, el alto índice de pobreza y de hacinamiento. Existe la necesidad de salir a trabajar todos los días a pesar de estar en cuarentena para poder comer. Causando que el problema sanitario afecte la realidad económica de la comuna. (Saleh, 2020)

Puente Alto - Diario Universidad de Chile



Puente Alto - Puente Alto al Día



3.6 Antecedentes

No Pausa

Es una comunidad de mujeres que a través de una multiplataforma se dedican a hablar, acompañar y a compartir experiencias sin tener miedos y para poder comprender mejor el cuerpo. (No Pausa) Dejando en claro que se necesita formar una comunidad donde las mujeres puedan empoderarse del tema, discutiendo de manera libre. Creado por Miriam De Paoli, brasileña de 49 años y por Milagros Kirpach, argentina de 26 años, es un ejemplo de una red de sororidad e intergeneracionalidad femenina.



Para remendar el dolor

Dentro del contexto de la pandemia, nació una colectiva para honrar a los muertos por Covid - 19 en Chile. Donde bordan los nombres de los fallecidos para poder darle un nuevo significado a este duelo, comenzando una etapa de sanación y memoria. Recolectando los nombres por mail, para generar una base de datos e inscripciones. Realizando un ejercicio reflexivo en torno a la muerte. (Palma, 2020)

@Pararemedareldolor



@pararemedareldolor

Textil Digital Testimonial

Consiste en 4 prototipos. El primero, una experimentación entre la tela y lo digital. El segundo, una maleta que viaja de comunidad en comunidad en Colombia recolectando mensajes o regalos para ser enviados aparte de un conjunto textil. La maleta tiene instalados unos botones metálicos que son sensores, mandando un mensaje, diciendo que la maleta fue abierta y el lugar donde está. El tercero, una Minga digital, dónde se reunieron para pensar y proponer distintas maneras de reconciliación. En último lugar una encomienda sonora, encontrando un parlante envuelto en un bordado, dónde se puede escuchar mensajes de otras mujeres. Todo esto para obtener una reconciliación entre mujeres de Colombia, generando que las mujeres se escuchen entre ellas y creen una conexión entre ellas. (Artesanal Tecnológica, 2019)

Borda la ciudad

Borda la ciudad es una comunidad que busca crear espacios para compartir habilidades manuales con otras personas, en medio de la pandemia, creando calendarios con clases y encuentros online de manera gratuita. Generando espacios a personas con o sin experiencias que tengan la necesidad de compartir sus experiencias o dudas respecto de la manualidad, acompañándose unos a otros al mismo tiempo.
@borda.laciudad



Artesanal Tecnológica



¡COMPARTE TU HOBBIE JUNTO A OTROS!

TODOS LOS SÁBADOS 17:30 hrs

Actividad gratuita

Info e inscripciones por DM o al +56 9 71088136

@borda.laciudad

La rebelión del cuerpo

Organización no gubernamental que tiene como misión concientizar sobre los estereotipos de género que impactan especialmente en la construcción de las identidades de las mujeres, denunciando la violencia simbólica y la violencia de género.

@larebeliondelcuerpo



Encuentro Sonoro
ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y SEXUALIDAD

Un espacio seguro para compartir experiencias y conversar sobre cómo los estereotipos de género impactan en nuestra sexualidad.

#LA REBELION DEL CUERPO

REQUISITOS

- Ser mujer o no binarie.
- Ser mayor de edad.
- Inscribirse a través del link en nuestro perfil.
- Contar con conexión a internet y acceso a Zoom, con audio y video (recomendamos que sea desde un computador para poder ver la presentación).
- Tener a mano lápiz y papel.
- Recomendamos un espacio privado o donde te sientas cómoda para hablar.

Sábado 1 de mayo
5-7 pm
 Cupos limitados
 a través de Zoom

@larebeliondelcuerpo

Luchadoras

Colectivo feminista que quiere que las mujeres de todas las edades vivan en libertad en los espacios físicos y digitales, conscientes de su potencial personal y colectivo, creando espacios de encuentro que dignifican los saberes, el poder y la fuerza de las mujeres. (Luchadoras, 2021)



3.7 Referentes

Ghada Amer

Artista egipcia que denuncia el tema de roles de género y la opresión de las mujeres a través de sus obras usando la técnica del bordado, resistiéndose a la manera tradicional de representación de la mujer en el mundo del arte. Algunas de sus imágenes son sacadas de revistas, películas (a veces de Disney) y de pornografía. "I believe that all women should like their bodies and use them as tools of seduction". (Amer, About Ghada Amer)



Landscape with Black Mountains 2017 - Ghada Amer

Juana Gómez

Artista chilena, que combina el bordado, la fotografía, el dibujo y la ciencia. Juana investiga sobre las tradiciones latinoamericanas y sobre la ciencia (células y neuronas). Ocupando el bordado como técnica, ya que en primer lugar ella lo aprendió de su madre y de su abuela y en segundo lugar porque es una práctica que ha rodeado a las mujeres desde hace siglos. (Stadler, 2016)



www.juanagomez.com

Cancionero feminista

Creado por Isidora Ferrada, estudiante de diseño de la Universidad de Chile. Hecho de tela y bordado. Diseñado a partir de las manifestaciones feministas del 2018 en Chile. El libro visualiza las manifestaciones y gritos feministas.



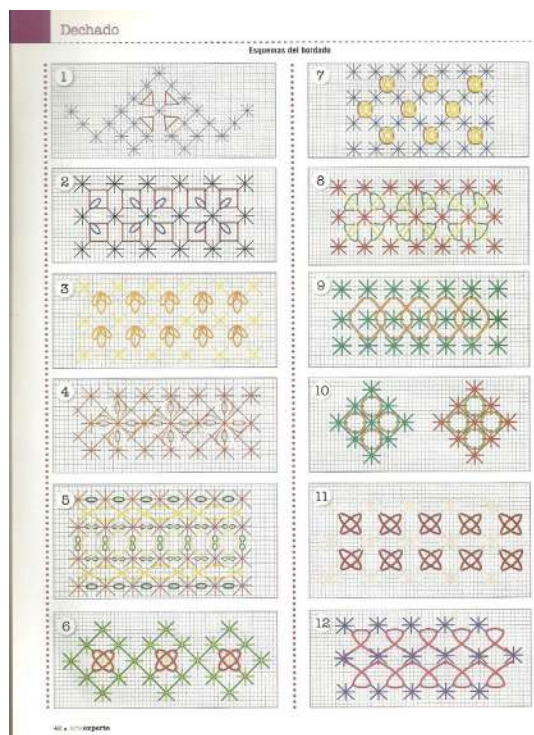
Isidora Ferrada, 2018

Craft box:

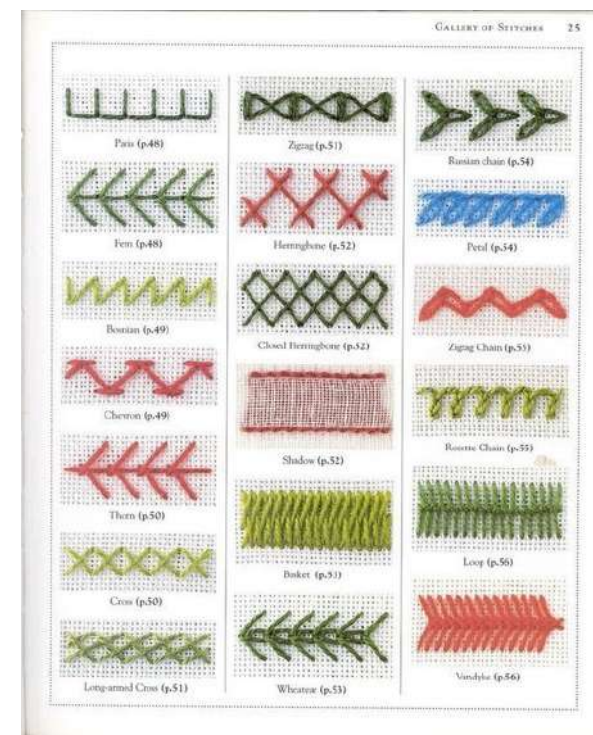
Caja que contiene todos los materiales necesarios para crear manualidades deseadas desde cero. Dentro de la caja, además de los materiales, también contiene instrucciones y plantillas que ayudarán a la realización de la manualidad. La empresa tiene como metas crear espacios para meditar a través de la creación. Silvia, la fundadora, cree que hay un poder curativo al momento de crear con las manos, llamando esto «craft as therapy». (Craft BOX , 2021)



www.craftbox.cl



Bordado, Arte Experto, edición 59

<https://www.pinterest.es/pin/298715387782080838/>

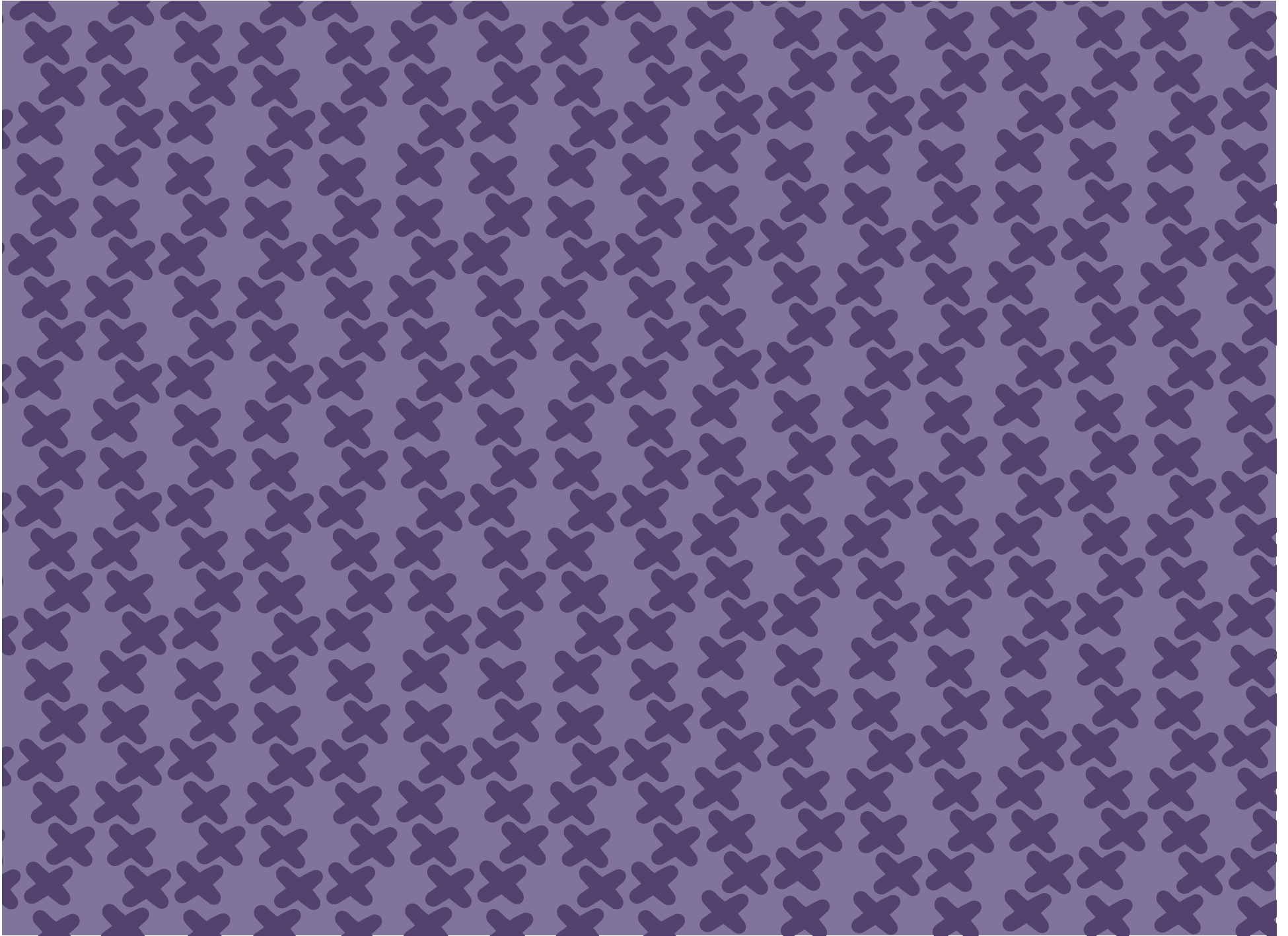
100 Puntadas para bordar a mano faciles - Con Moldes

Libros de bordados y Puntadas

Fueron utilizados como referentes para la gráfica de este proyecto. Se utilizan los puntos básicos como elementos gráficos que crearían una unión entre la gráfica del proyecto y para reflejar las reflexiones de la menopausia. Esta técnica se destaca por ser un medio para empoderar a la mujer, al tiempo que alude a la herencia y colectividad que existe detrás.



DESARROLLO DEL PROYECTO



4.1 Metodología

Basada en la metodología de Diseño de Servicio UC, escrita por Bernardita Figueroa, Katherine Mollenhauer, Mercedes Rico, Rocío Salvatierra y Paula Wuth. Al mismo tiempo, se ocupó como base para conocer distintas técnicas el libro de Bella Martin y Bruce Hanington "Universal Methods of Design".

| | Identificar y Comprender | Analizar y problematizar | Conceptualizar y formalizar | Testear e Iterar | Implementar y evaluar |
|--------------|---|---|--|---|-----------------------|
| Objetivos | Comprender desde el análisis de la literatura y la epistemología feminista, las causas y consecuencias que producen los estereotipos por las sociedades patriarcales en las mujeres que pasan por la menopausia en Chile. | Identificar percepciones e interacciones críticas de las mujeres que están pasando por la etapa de la menopausia. | Crear un diseño de experiencia que estimule la reflexión personal creativa en las mujeres que están pasando por la menopausia. | Construir un diseño de servicios que permita ser postulado a fondos públicos para que pueda ser replicado en diversos territorios, para poder fomentar la reflexión personal creativa respecto la menopausia a lo largo de Chile. | |
| | Método Mixto | Método Cualitativo | Método Cualitativo | Método Cualitativo | |
| Técnicas | Revisión de literatura Encuestas Diario de la diseñadora | Entrevistas a usuarias Conversatorio Encuestas | Lluvia de ideas Mapas de Viaje Testeos de funcionalidad, apariencia y implementación | Encuestas de percepción Blueprint | |
| Instrumentos | Mapas conceptuales Google Forms Cuaderno | Pauta de entrevista Cuenta Zoom Google Forms | Materialidades testeos rápidos Mockups Zoom | Google forms Email | |

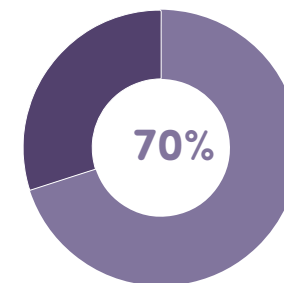
4.2 Identificar y Comprender

Investigación

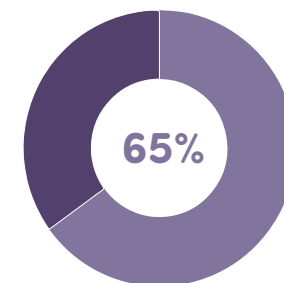
Durante el inicio del proyecto, se llevó a cabo una etapa de investigación y revisión bibliográfica sobre temáticas que constituyen el marco teórico que sustenta el proyecto. En este caso, las causas y consecuencias que producen los estereotipos creados por las sociedades patriarcales en las mujeres que pasan por la menopausia.

Encuesta cuantitativa

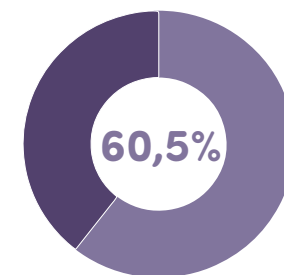
Luego de la investigación de escritorio, se llevó a cabo un trabajo de campo a través de encuestas, para poder entender de mejor manera lo que estaba viviendo la mujer chilena en la actualidad con respecto a los estereotipos y la menopausia. Durante este proceso, se quiso dirigir esta encuesta a un público más amplio, por esta razón fue difundida a través de Facebook, en varios grupos sobre la menopausia y el empoderamiento de la mujer. Esta encuesta se realizó a principios de la investigación y se obtuvieron más de 80 respuestas. Las consultas realizadas fueron centradas en las siguientes temáticas: estereotipos, menopausia y autoestima. Los gráficos dan a conocer algunos resultados destacados.



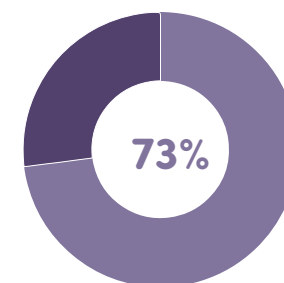
De las mujeres no se sienten informadas para entrar en la menopausia



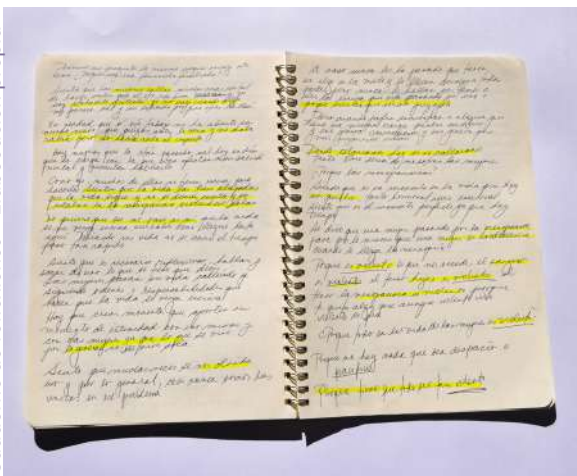
De las mujeres encuestadas sienten miedo de esta etapa.



De las mujeres están siendo afectadas en su salud mental a causa de los estereotipos.



De las mujeres si creen que es importante hablar de la menopausia y sus vivencias con alguien



“Lo que me atrajo a este tema es el silencio, yo no soy una persona silenciosa, (alego por todo) y me sorprendió el silencio que hay detrás de este tema, tanto por parte de las mujeres como el de la sociedad.

¿Por qué hay tanto miedo a hablar sobre la menopausia? ¿Por qué se escode? Hay muchos temas que las mujeres callan por pensar que serán juzgadas. Y llevan consigo ese pensamiento a todas partes, generando inseguridades dentro de ellas. Hasta que encuentra a alguien más que le pasa lo mismo. Y el mundo se abre, porque no se está sola en ese pensamiento. Y de la nada este pensamiento se vuelve cada vez más normal ya que no solo es uno quien lo tiene, si no que varias a la vez.”

Extracto Reflexiones Personales
Alejandra Herrera

Epistemología Feminista

La epistemología feminista nace desde el movimiento feminista y cree que la persona que posee el conocimiento no es un sujeto con atribuciones universales que no sean afectadas por las experiencias que ha vivido, sino que es una persona inserta en un contexto y que ha tomado ciertas decisiones. Argumentando que los conocimientos son situados, (concepto desarrollado por Donna Haraway en los discursos feministas) esto quiere decir que estos fueron creados por personas en ciertos contextos; sociales, económicos, políticos, etc, y en dónde fueron validados en dichos contextos. Donna Haraway dice “La objetividad feminista es sobre la ubicación limitada y el conocimiento situado, no sobre la trascendencia y división de sujeto y objeto. Nos permite ser responsable de lo que aprendemos al ver” (Haraway, 1988, p.583). Esta epistemología denuncia desde el feminismo el androcentrismo en la ciencia tradicional. (Guzmán Martínez, 2021) “La ciencia moderna ha sido realizada por una parte de la humanidad, que son los hombres sobre todo blancos y de clase media.” (Guzmán Martínez, 2021, párr. 15)

Tomado como punto de observación esta manera de situarse, yo como mujer y estudiante de Diseño doy inicio a una reflexión personal profunda acerca de como me enfrentaría a esta temática como parte de mi proceso de titulación. ¿Por qué yo, Alejandra Herrera, mujer de 24 años que no ha pasado por la menopausia, está investigando y creando una tesis sobre ella? Esto me llevó a lo largo de este proyecto a llevar un diario de reflexiones personales que me ayudaron a situarme como parte de este proyecto.

4.3 Analizar y Problematizar

Encuestas cualitativas

Durante el proceso de investigación para el proyecto se realizó una encuesta con preguntas abiertas que apuntaba a recoger información cualitativa sobre las percepciones de las mujeres que estaban viviendo la menopausia, sobre su autoestima, la sociedad patriarcal, los estereotipos y el ciclo vital de la mujer. Esto se llevó a cabo por medio del Google Forms, con la opción de dejar el contacto en caso de querer profundizar sobre este tema.

“La visión patriarcal impuesta a las mujeres en nuestra sociedad, era un mandato social establecido, ya es hora que sepan que estamos en una etapa de transición.”

- Sandra , 39 años

“Quiero que este tema deje de ser tabú y que las personas cercanas a mí sean más empáticas sobre este tema y que sean parte de una red de apoyo cuando otras mujeres cercanas a ellos pasen por esta etapa.”

- Franca , 52 años

“Está íntimamente relacionado al deterioro y fin de la vida reproductiva, que es lo que los cánones establecidos te dicen que vienen a ser a esta vida.”

- Marisol , 57 años

“El estereotipo de que llega a su fin la vida fértil de la mujer y hay una idea colectiva de que ya no sirve. Es algo de lo que no se debe hablar, esas son cosas íntimas.”

- Manuela , 43 años

“No tienen nada que ver a cómo son las mujeres en general. Son estereotipos y muchas veces photoshopeadas para tener un cuerpo y cara lo más “perfecto” posible”

- Lucía, 55 años

“Soy una mujer situada, lo que otro opine, lo cuestiono, pero no define quien soy.”

- María, 47 años

“Tal vez sea producto de las hormonas, pero hay días en que odio mi cuerpo y hay otras en que siento que soy la mujer más bella del mundo.”

- Silvana, 49 años

“La edad, y la menopausia hacen estragos, es difícil ir aceptando los cambios. Me amo sí, pero quién no quisiera volver a tener 20.”

- Ana María, 51 años

“Lamentablemente entre mujeres es más común estereotipar y hacernos sentir menos entre nosotras por no llenar ese campo de exigencia.”

- Loreto, 55 años

“Más bien creo que es un tema en el que se segrega sólo a un grupo de mujeres condenando las aún estado en que se hace ver la menopausia como un ciclo que nos vuelve unas locas emocionales.”

- Paula, 39 años

Esta es una selección de algunas frases destacadas que se obtuvieron de esta encuesta online. Al momento de analizarlas, se puede observar con mujeres que saben que los estereotipos generados por la sociedad patriarcal no son reales, pero aun así siguen existiendo en las vidas de estas mujeres. Es posible visualizar distintas maneras de vivenciar los estereotipos y prejuicios, entre distintas mujeres, e incluso en una misma mujer. Se nota un claro sentimiento de querer cambiar esta perspectiva en la cual ellas se encuentran, queriendo hablar y reflexionar sobre lo que están pasando en sus vidas.

CONVERSATORIO EFECTOS EN LA
**AUTO-
ESTIMA**
DE LA MUJER
Estereotipos de belleza - Menopausia

Jueves 15 de octubre - 19 hrs - vía zoom

Conversatorio

Se realizó un conversatorio vía Zoom que fue organizado el día 15 de octubre de 2020 , y fueron invitadas mujeres que estaban pasando por la menopausia. En esta instancia participaron 9 mujeres, de las cuales algunas estaban pasando por la menopausia. Se abrió esta actividad con distintas citas, de distintos autores sobre los estereotipos, la autoestima y la menopausia.

Participantes: Alejandra , Catalina, Paula S, Magdalena C, Rosario, Magdalena I, Paula M, Francisca

“Hoy en día, las mujeres se dan más licencia a no ser “la mujer perfecta” ya no es la misma presión que vivimos nosotras.”

- Catalina

“Los cánones o estereotipos, reflejan el cómo la gente quería verte a ti. No es una idea que parta de uno misma. Y uno actuaba de esa manera para satisfacer a la gente.”

- Magdalena I

“Siento que los 50 me han dado la licencia de sentirme más libre.”

- Magdalena C

“La autoestima va en relación con lo que uno hace y ha ido realizando con los años. Un camino recorrido, con más o menos logros, pero uno no llega gratuitamente a la edad que uno tiene, y este camino tiene que ser respetable.”

- Paula

“Siento que vi a mi mamá viviendo un proceso distinto a lo que estoy viviendo yo, y cuando le preguntaba sobre la menopausia me decía que no fue para tanto. Yo vi a mi mamá siempre queriendo ser parecida a su propia mamá, pero yo no quiero eso.”

- Alejandra

“Es momento de comenzar una etapa nueva en mi vida, en donde tengo más tiempo para mi misma, ya se vivió una etapa de duelo por no poder tener más hijos.”

- Rosario

Conversatorio - Vía Zoom - 15 de octubre 2020

La menopausia se define como el término de la menstruación y culminación del climaterio. Debe de pasar todo un año sin menstruación, antes de estar segura de que ya no se es fértil.

Síntomas físicos son bochornos, escalofríos, sequedad vaginal, sudoración nocturna, aumento de peso e insomnio

Síntomas psicológicos como depresión, cambios de humor, pérdida de deseo sexual, ansiedad, irritabilidad y cambios en la autoestima..

• La menopausia

Durante el conversatorio se concordó que existe mucha exigencia en la mujer y que la idea de la Súper Mujer no existe, y llegada a esta etapa sentían que ya no hay ánimos de seguir luchando contra este estereotipo de la mujer joven y bella

Conversatorio - Vía Zoom - 15 de octubre 2020

Google

autoestima

Todo Imágenes Videos Shopping Maps Más Preferencias

Cerca de 52.000.000 resultados (0,53 segundos)

Diccionario

Busca una palabra

autoestima

nombre femenino
Aprecio o consideración que uno tiene de sí mismo.
"con la llegada de la menopausia, la mujer pierde vigor físico, elasticidad y belleza, lo que en algunas ocasiones puede provocarle un descenso en su autoestima"

Definiciones de Oxford Languages

Comentarios

La fuente de información que les había sido útil en la menarquia habían sido sus madres, pero en la menopausia estas no fueron de mucha ayuda ya que decían que no se acordaban o que no la habían sentido.

La naturaleza es muy sabia respecto al cuerpo femenino, ya que está preparado para cada etapa hormonal, y que hay una gran diversidad de cómo enfrentar la menopausia y esto depende del tipo de mujer que uno es y donde ellas sienten que es bueno depositar la confianza



Marta Picó

Psicóloga psicocorporal española

Entrevistas a expertos

Se realizó una entrevista a la psicóloga psicocorporal española, Marta Picó. Picó creó una comunidad de mujeres en Barcelona, en la cual ayuda a distintas mujeres en esta etapa, y al mismo tiempo llega a todo el mundo a través de sus redes sociales, medio por el cual fue contactada para realizar la entrevista. Dentro de todo lo que se habló, cabe destacar que la mujer que está pasando por la menopausia, tanto en España como en Chile, es una mujer desinformada. La mayor fuente de información es el ginecólogo, el cual tiene una mirada muy científica del tema y no entrega apoyo emocional.

Por otra parte, se habló de que este tema debería empezar a tratarse desde la pubertad, ya que es parte del ciclo vital de todas las mujeres, dado que la menstruación es la puerta de entrada a la fertilidad y la menopausia es la puerta de salida. Marta se refiere a la menopausia como la instancia que tiene la mujer de auto cuidarse, ya que ha cuidado de alguien toda su vida. Las mujeres suelen vivir esta etapa con un temor a la vejez a causa de los medios de comunicación que han creado este tabú, de que una mujer pasando por la

menopausia es una mujer vieja. Hay que desmontar la visión negativa que se tiene de esta etapa, y la única forma de lograrlo es hablando del tema, normalizándolo, ya que la gran mayoría de las mujeres viven el climaterio en silencio. Hay que crear una conciencia en todas las mujeres, hay que empezar a autocuidarse desde mucho antes de que lleguen los síntomas, para poder vivir la menopausia más tranquilas. Su mayor consejo es no hacerle la pelea a la menopausia, hay que aceptarla y crear conciencia de lo que se está viviendo. (Marta Picó, comunicación personal, 13 de noviembre del 2020)

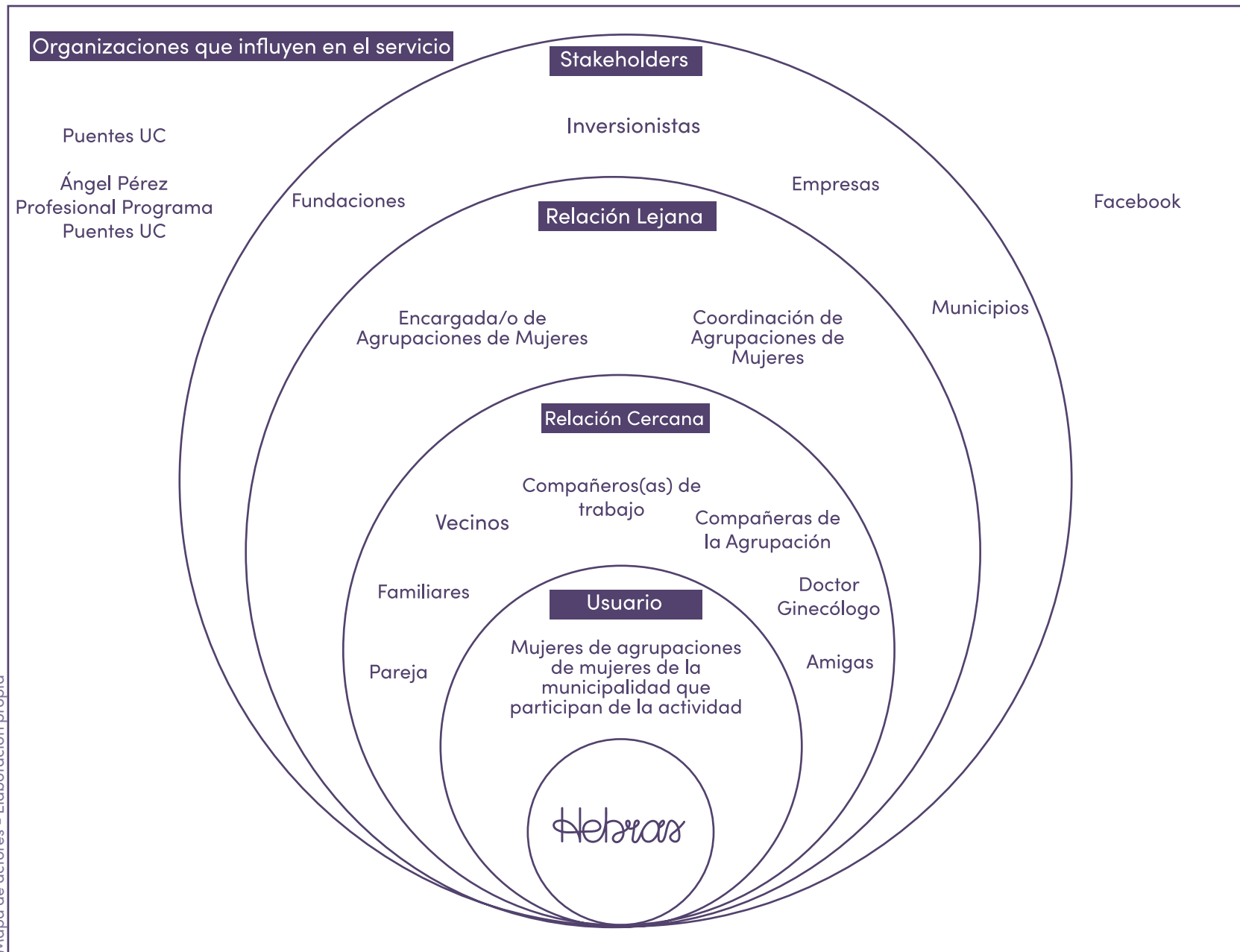


Carolina Gana
Fundadora y Creadora Taller Rococó
Escritora del libro
“Rococo, Pasión por el Bordado”

Entrevistas a expertos

Se realizó una entrevista a Carolina Gana, bordadora, y creadora del Taller Rococó. Ella es licenciada en arte, y lleva más de 40 años bordando aprendiendo todo de su abuela. En su taller, trabaja con más de 50 mujeres, creando grupos de distintas edades, que no se conocen unas a otras. Dentro de lo que se habló, se destaca que el bordado permite que las mujeres entren en sí mismas, ya que no es una manualidad mecánica. Se entra en una concentración que Carolina compara con la meditación. La mente se enfoca en un pensamiento, hay una pausa en la respiración y se entra en un silencio que es placentero, dando espacio para que entre en un ambiente de reflexión. Por otra parte, en los grupos de bordados, se crean grupos de acompañamiento entre las mismas mujeres, por la cantidad de tiempo que pasan juntas. Se crean grupos sinérgicos, ya que se nutren unas a otras, pasan a ser compañeras. (Carolina Gana, comunicación personal, 15 de mayo 2021)

Mapa de Actores



Mapa de actores - Elaboración propia

Interacciones críticas

Como resultado del análisis de la investigación y del trabajo de campo con usuario y expertas se definieron las siguientes interacciones críticas.

1. Falta de información:

Las mujeres llegan a la menopausia desinformadas, a causa de que el tema es tabú, produciéndose miedos, inseguridades y problemas con su autoestima. Las madres no son una fuente de confianza para informarse, la fuente de información más recurrente es el ginecólogo quien maneja sólo información médica. Se visualiza la oportunidad de encontrar información en los círculos de mujeres cercanos.

2. Vivirlo en silencio:

Las mujeres casi no comparten sus experiencias vividas en esta etapa, y si es así sólo con un círculo cerrado de amigas. Se visualiza la oportunidad de potenciar los círculos de mujeres cercanos.

3. Intergeneracionalidad sorora:

El apoyo entre distintas generaciones ayuda a la mujer a crear una conciencia en todas las mujeres, desmontar la visión negativa que se tiene de esta etapa, hablando del tema, normalizándolo.

4. Mitos y estereotipos:

No hay mayor visibilidad del tema de la menopausia en Chile, produciendo que los mitos y estereotipos negativos surjan.

5. Diferencias socioeconómicas:

Una mujer de un nivel socioeconómico alto, vive una menopausia distinta a la que vive una mujer de un entorno más vulnerable, ya que tiene mayor acceso a información y recursos para enfrentar la menopausia, como ayuda psicológica, hormonas y medicamentos.

Patrón de Valor:

1. Informarse y educarse:

Las mujeres que vivan esta experiencia podrán aprender sobre la menopausia y el ciclo vital a través de las mismas reflexiones compartidas por otras mujeres por medio de una comunidad online. Esto generará que se sientan más preparadas para vivir esta etapa, calmando los miedos e inseguridades que nacen al comenzar la menopausia, produciendo un efecto positivo en la autoestima de las mujeres.

2. Compartir experiencias:

Compartir las experiencias y reflexiones vividas en esta etapa permitirá que las mujeres que están recién comenzando la menopausia puedan aprender de ellas. Y que en un futuro ellas mismas sean las que compartan sus propias vivencias.

3. Intergeneracionalidad:

La experiencia de Hebras podrá ser vivida por mujeres de todas las edades que les interese el tema, de manera que las jóvenes puedan absorber la sabiduría que se está compartiendo y al mismo tiempo puedan guardar esta información para más adelante en sus vidas. Por otro lado, el que sea intergeneracional, crea una red de apoyo entre mujeres sin la barrera de edad, compartiendo lo que ellas están experimentando en ese momento de sus vidas.

4. Exposición:

La exposición del resultado final de este proyecto generará un diálogo entre mujeres y hombres generando que el tema de la menopausia se haga visible. Al mismo tiempo generará que haya una mayor libertad y empoderamiento del tema y aceptación del cuerpo de la mujer y sus cambios.

4.4 Conceptualizar y Formalizar

A partir del trabajo bibliográfico, el trabajo de campo y el análisis de la información obtenida, se puede dar inicio a la etapa de conceptualización y formalización del proyecto.

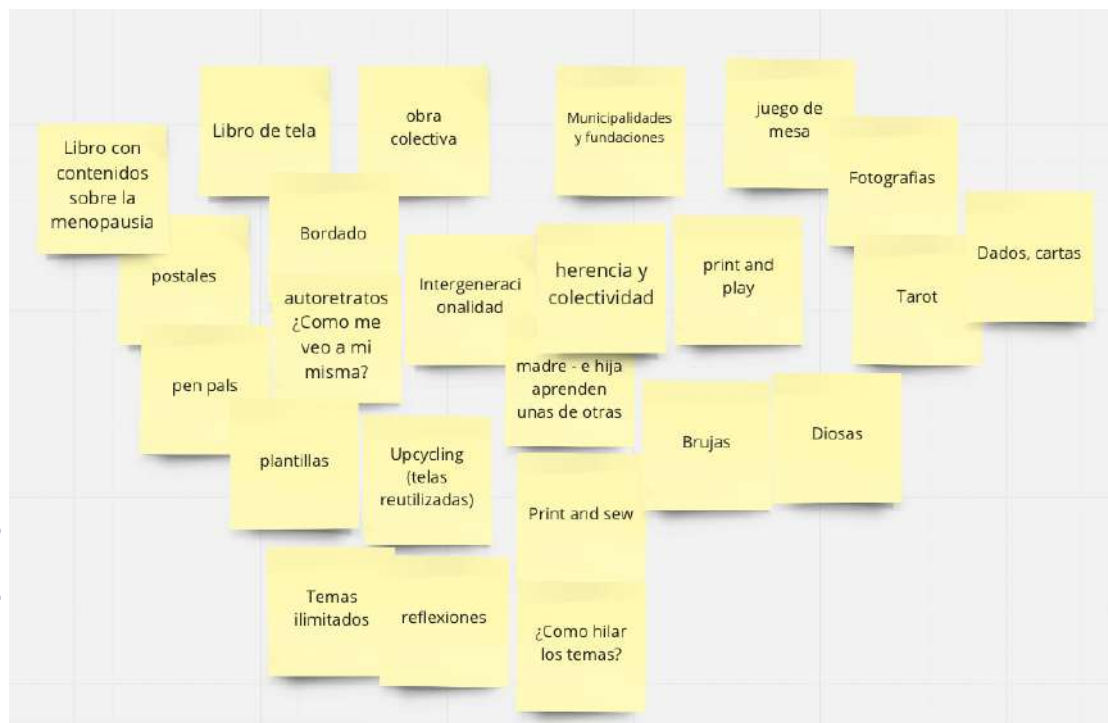
Necesidad del usuario:

Visualizar las voces de las mujeres que están viviendo la menopausia ya que cada experiencia es diferente, integrando miradas más diversas y democráticas del cuerpo femenino y el empoderamiento y organización de las mujeres en grupos de apoyo mutuo.

Necesidad de las organizaciones:

Reconocer la importancia de cada una de las mujeres que es parte de aquella organización, junto con sus distintas miradas y opiniones, integrando la igualdad y equidad de derechos de cada una de ellas.

Brainstorming - Programa Miró



Brainstorming

Al momento de tener que enfrentarse con la conceptualización del problema se llevó a cabo una lluvia de ideas, para el planteamiento del proyecto. Esto se llevó a cabo mediante la plataforma de Miró, en dónde se fueron registrando distintas ideas. Más adelante se discriminaron y valoraron aquellas ideas que integrarán las necesidades de la organización tanto como las de los usuarios.

Mapa de viaje

Se realizó el mapa de viaje del diseño de servicio creado para este proyecto. En este mapa se puede visualizar a los dos usuarios del servicio, la organización y las mujeres. Este mapa fue variando a lo largo del proyecto, a causa de los testeos, dando nuevas miradas al servicio. Diseñado el pre servicio, el servicio y el post servicio, se decidió que para este proyecto, solo se realizará la etapa de pre- servicio y el servicio, para administrar mejor el tiempo disponible y enfocarse en el diseño de la experiencia y la construcción de prototipos. El post servicio queda propuesto para ser desarrollado y aplicado luego de una primera iteración piloto, para aplicarse en caso de continuar el proyecto con financiamiento municipal.

Brainstorming - Ordenado



| PRE SERVICIO | | | | | |
|--------------|--------------------|--|--|--|--|
| ACCIONES | ORGANIZACIÓN | Recepción de la organización los paquetes. | Entrega del paquete desde la organización a la mujer (envió o retiro) | | |
| | MUJERES | | Recibe o va a buscar el paquete | Lee las instrucciones | Escanea código Qr o unirse a través del link y unirse al grupo de Facebook |
| | DESCRIPCIÓN | La municipalidad recibe la cantidad de paquetes, previamente acordados. | La organización se encarga de que la mujer reciba el paquete. Estos deben de ser entregados durante un periodo máximo de dos días, para que así las mujeres partan al mismo tiempo la actividad. | Al momento de tener el set creativo en sus manos, la mujer leerá las instrucciones de la actividad a realizar. | El código la llevará a un grupo de Facebook, donde encontrará con una bienvenida, música para ambientar, imágenes que inspiran y plantillas para inspiración si es necesario. Si no le funciona el código, se puede ingresar el link a la web. |
| | PUNTOS DE CONTACTO | Hebras hace entrega de los sets creativos a la organización correspondiente. | | | Se les da la bienvenida a las mujeres que participan de esta actividad. |
| | EMOCIONES | | | | |

Mapa de viaje - Elaboración propia

| SERVICIO | | | | | | |
|---|---|---|---|--|--|--|
| | | | | | | |
| Prepara un lugar en su hogar donde realizar la actividad | Descose el packaging donde viene el set creativo. | Explora los materiales creativos | Desarma el set creativo | Inicia el momento reflexivo | Inicia el momento creativo | Termina del momento creativo |
| Se selecciona dentro de el hogar de la mujer, un lugar tranquilo, en donde ella pueda hacer una reflexión profunda. | Al descoser la etiqueta larga que envuelve el set creativo, mostrará por el interior, las mismas cosas que encontraría en el grupo de Facebook, por si no llegase a encontrar este grupo. | La mujer dentro del set creativo se encontrará con materiales creativos, para aplicar la técnica del bordado, habrán, hilos de bordar de distintos colores, aguja, bastidor y una postal reflexiva. | Una vez que se sacan todos los materiales, el estuche que cumplía la función de sostener los materiales, se desabotonará y se convertirá en la tela creativa en donde podrán bordar sus reflexiones | Se deja de lado los materiales creativos, y se lee la postal creativa, iniciando un momento de reflexión personal acerca de la menopausia. | Una vez terminada la reflexión la mujer pasa a plasmarla sobre la tela ocupando la técnica del bordado, puede una vez más ocupar el grupo de Facebook como inspiración | El proceso creativo puede variar en la cantidad de tiempo (tienen máximo una semana) |
| | | | | | Se crea un diálogo dentro del grupo de Facebook para motivar a las mujeres de manera creativa, publicando, plantillas, imágenes para inspirar, música, y comentarios que harán más interactivo el grupo. | |
| | | | | | | |

| POST SERVICIO | | | | | | |
|---|---|---|--|---|---|---|
| | | | Organización se hace cargo de reunir todas las telas | Exposición de la obra colectiva | Entrega de la obra a Hebras | Asistencia a la exposición de todas las obras colectivas de las distintas organizaciones. |
| Subida de foto de la obra terminada al grupo de Facebook. | Inicio del foro vía Facebook | Encuentra otras postales publicadas en el grupo de Facebook y la plantilla de la tela creativa | Entrega la tela creativas ya hechas. | Asiste a ver la obra colectiva | | Asiste a la exposición de todas las obras colectivas. |
| Momento en el cual la mujer comparte su obra reflejando su reflexión. | En el foro, pueden compartir reflexiones, comentarlas, juntarse utilizando las salas de Facebook. | En el grupo de Facebook aparecerán publicadas las demás postales y la plantilla de la tela, la mujer si decide seguir con la actividad, deberá hacer ella misma la tela creativa. | La organización recopila las telas creativas y las une mediante los botones laterales para formar una gran tela colectiva. | Organización expone la obra colectiva, para que todos puedan admirar la obra colectiva. | Organización hace entregas de la obra colectiva a Hebras. | Por invitación de Hebras, las mujeres y las organizaciones están invitadas a la exposición de el conjunto de todas las obras colectivas, realizadas por distintas mujeres y organizaciones. |
| Se anima el diálogo de las distintas participantes comentando cada una de las obras | | Hebras, publica las demás postales y la plantilla de la tela creativa. | | Se asiste a ver la exposición de esta obra colectiva en la organización. | Recolección de la obra colectiva. | Creación de una exposición de todas las obras colectivas de las distintas organizaciones. |

Osnaburgo



Crea



Lona



Mockups del Set Creativo Hebras:

Al momento de empezar a diseñar el set creativo que vendría junto con el servicio se inició una serie de mockups y testeos de materialidad para ir definiendo lo que sería el producto final.

Se decidió que el set creativo sería una combinación de una tela (en donde las mujeres expresarán de manera creativa sus reflexiones personales) materiales creativos que ayudarán a motivar este proceso creativo y todo esto sería acompañado por una postal reflexiva, la cual dará inicio al momento reflexivo.

Al comienzo de las decisiones de diseño, se determinó que el set creativo debía tener una amplia gama de materialidades para que las mujeres pudieran escoger cómo expresarse, el dibujo, la pintura y el bordado fueron las técnicas escogidas.

En primera instancia, se quiso determinar el tipo de tela que se usaría, y que tipo de pintura podría ser la adecuada, con el fin de que cumpla su función de pintar y al mismo tiempo fuera barata.

En el primer prototipo para testeo se utilizó tela de Osnaburgo, tela de algodón suave, la cual es utilizada con frecuencia en la técnica del bordado. Al pintar debido a su baja densidad causa que haya pequeñas filtraciones de la pintura.

En segundo lugar, se utilizó Crea, la cual es una tela que se puede bordar de manera sencilla y no causa filtraciones. Pero se arruga con facilidad.

En último lugar, se probó con tela de lona, si bien se puede pintar con mucha facilidad, el bordado se hace difícil debido al grosor de la tela.

Por otra parte, se testeó con acuarela, tempera y pasteles secos. Estos últimos tienen una doble funcionalidad ya que, se podían ocupar como una especie de acuarela al mezclarlos con agua y al mismo tiempo, se pueden utilizar para dibujar encima de la tela. Se utilizaron paquetes de 24 dividiéndolos entre las participantes, eligiendo los colores primarios y similares a esto, dándoles la opción de poder mezclarlos para crear nuevos colores.

Al momento del testeo de este prototipo de producto, se determinó que era una mala opción, ya que en primer lugar los materiales se caían con facilidad causando inseguridad en el usuario. En segundo lugar, la postal al momento de ser enrollada, tomaba la forma cilíndrica del producto. Las instrucciones quedaban fuera del producto. Con respecto a las hilachas, si bien le agregaba cierta personalidad, al momento de la creación de los 6 productos a testear, solo se podía crear de manera artesanal, sacando hilo por hilo, dificultando una producción a mayor escala. Por otra parte, al momento de unirlos si bien tenía un atractivo visual por una cara, por la otra se veía poco terminado e incluso, e incluso abultaba más al momento de unir todas las telas.

Mockup 1 + materiales + Postal creativa



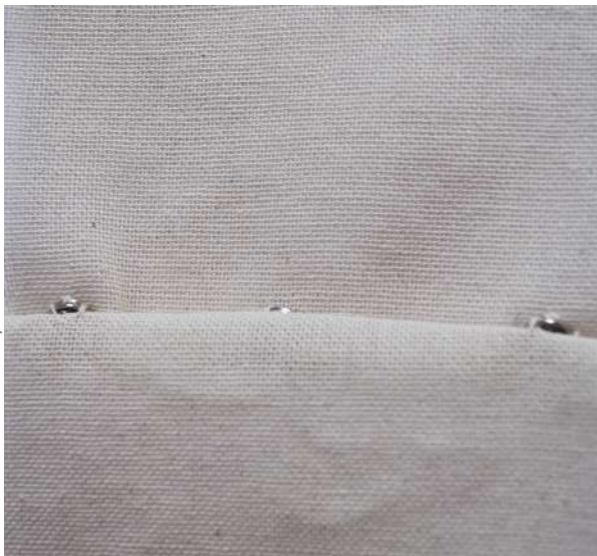
Mockup enrollado



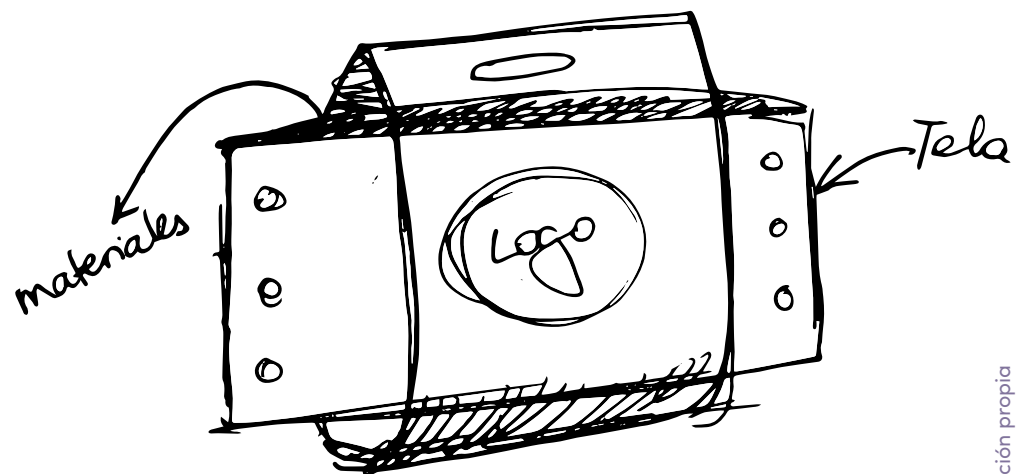
Unión de hilachas



Unión botones macho y hembra



Unión botones



Por esta razón se decidió diseñar un segundo set creativo, bajo el mismo concepto de packaging autocontenedor. Con este razonamiento se llegó a otro tipo de estuche rectangular, más tradicional. Este en vez de hilachas para las uniones de las telas, incluiría botones que harán facilitarían la unión tanto del estuche como de las telas creativas. Todo esto acompañado de una larga etiqueta, la que por una cara mostraría la identidad del servicio, y por el otro, las instrucciones. El packaging incluye asas con un prepicado dejando expuesto el retiro de la etiqueta. Aquí se encontrarán las mismas recomendaciones que estarán en Facebook, por si la usuaria presentara problemas para llegar al grupo.

Sketching del packaging - Elaboración propia



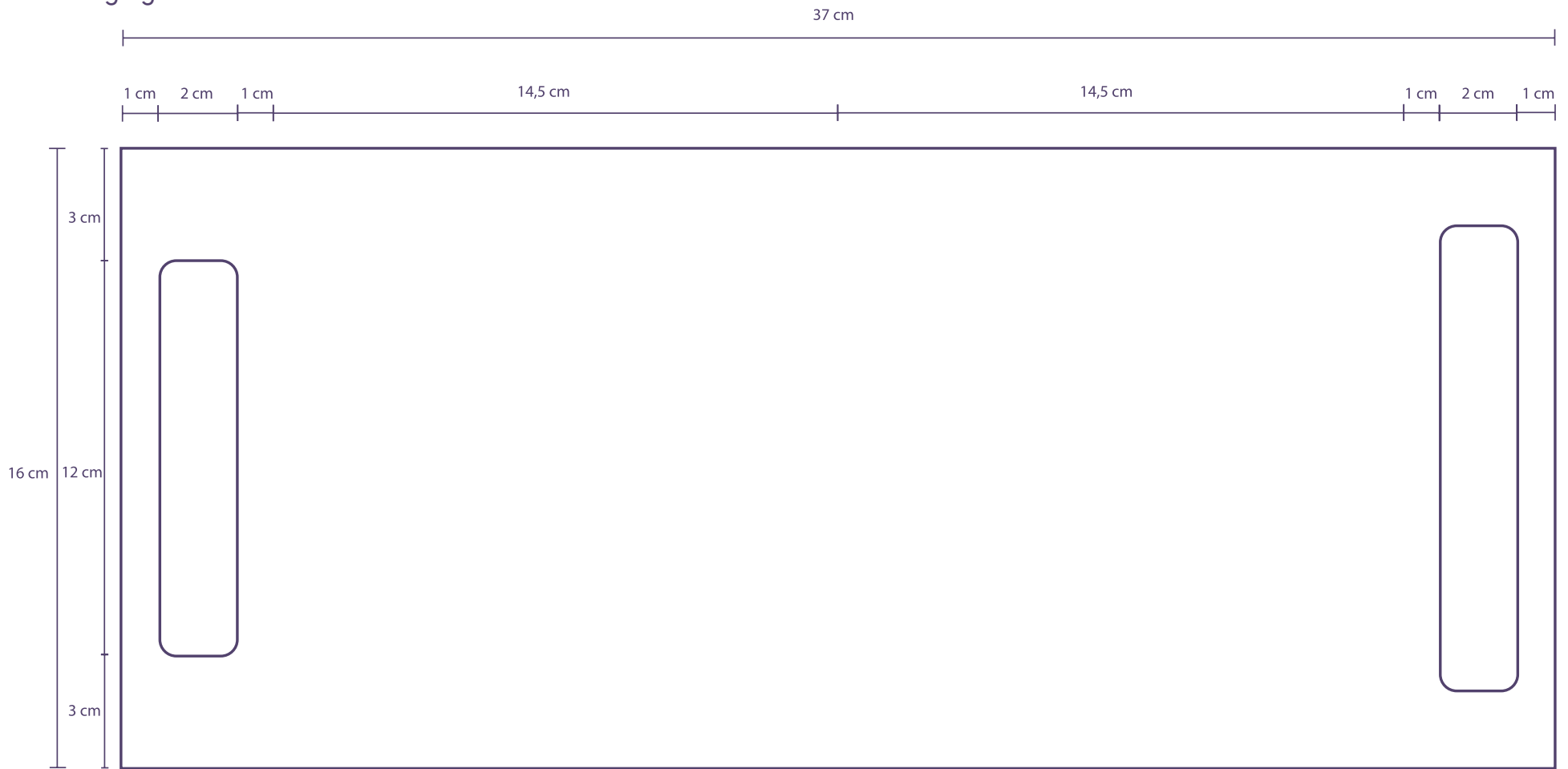
Mockup rápido por delante



Mockup rápido por detrás



Packaging



Medidas Packaging - Elaboración propia

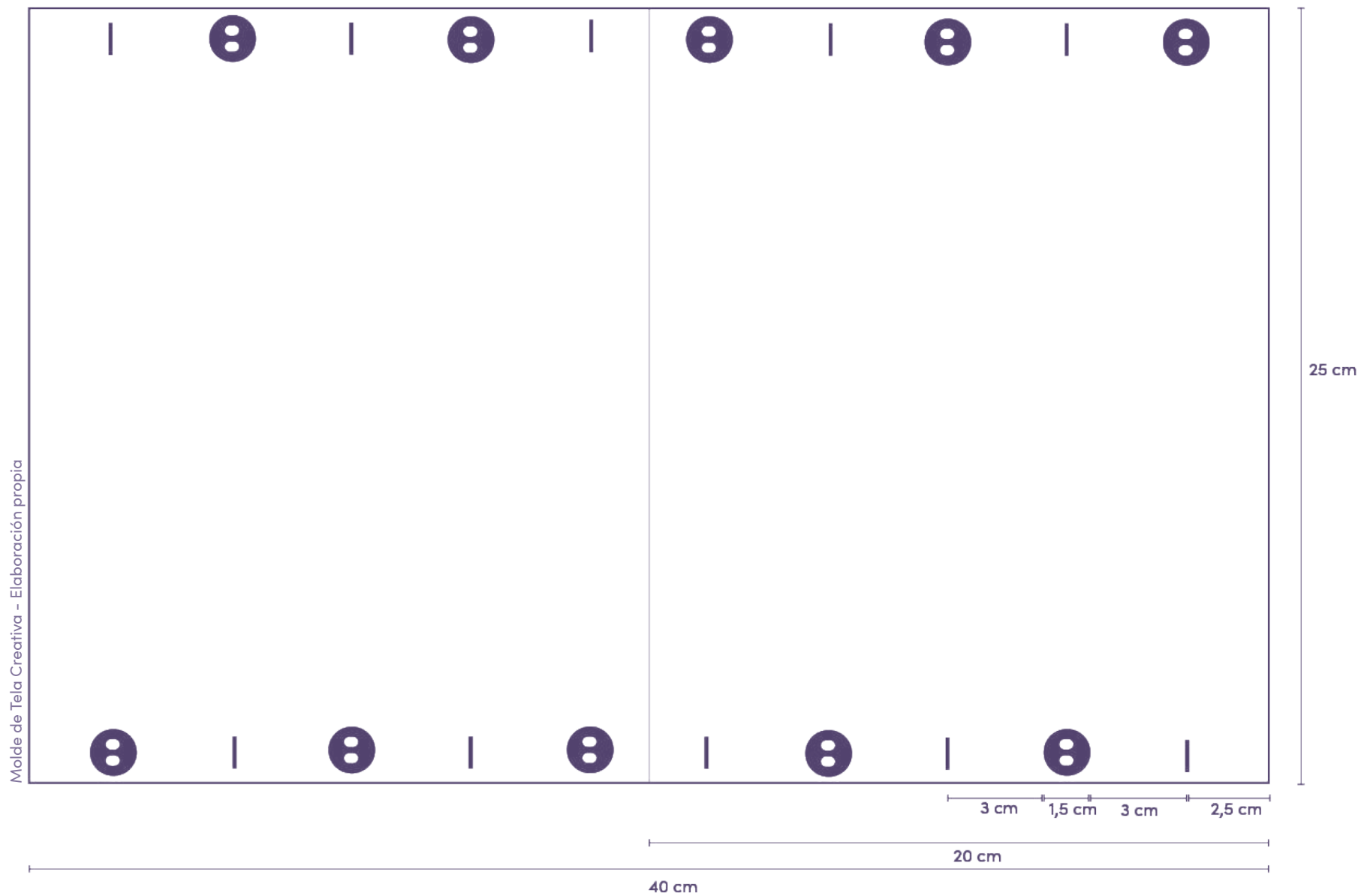
Prototipo Tela Creativa (extendida y como estuche)



Uniones de las Telas Creativas a través de los botones



Molde para tela creativa



Prototipo Final



Prototipo Final



Prototipo Final con materiales creativos



En el prototipo final, se decidió utilizar la técnica de costura en vez de el pegamento y el pre picado, debido a que alude a la técnica utilizada en este proyecto incorporando la costura dentro del diseño del packaging. Por ende, las mujeres que participen de este proyecto deberán descoser los hilos superiores, para poder extender la etiqueta y poder ver los contenidos del interior.



Pantallazos Grupo de Facebook



Mockup Grupo de Facebook

Para este proyecto se decidió ocupar Facebook como la plataforma para publicar y compartir las obras creativas de las mujeres. Principalmente porque en la plataforma se pueden crear foros, subir fotos, salas de video, iniciar un chat, crear grupos privados y públicos. Por otra parte se realizó una encuesta sobre qué red social ocupaban más las mujeres que están pasando por la menopausia, donde un 73% declara que Facebook es la red social que más utilizan.

Se realizó un mockup de lo que sería el grupo de Facebook, creando un grupo en donde se encontrarán imágenes que inspirarán a las usuarias en su momento creativo. Por otro lado se encontrarán con plantillas que puedan usar, para facilitar su momento creativo. Y finalmente se encontraría música relajante para que las usuarias escuchen al momento de reflexionar sobre la menopausia.

Plantillas Elaboración propia



Por otro lado, también se decidió activar distintos posteos, con el fin de crear diálogo, que se publicaría con mi nombre, y no con el de Hebras, para crear una mayor cercanía con las mujeres que estén participando en la actividad.

4.5 Identidad Gráfica

Naming

Para este proyecto, se buscó un nombre relacionado con los conceptos, de agrupaciones de mujeres, unión, integración, reflexión y la técnica del bordado. Es por esa razón que se escogió el nombre Hebras, el cual está directamente relacionado con la técnica del bordado. De un hilo (el proyecto), salen distintas hebras (relatos). Generando que las mujeres sientan que sus historias, experiencias y relatos son parte de un colectivo. Por otra parte, se escogió el naming Hebras, por la similitud con la palabras hembras, referente al sexo femenino. Otros nombres que se probaron para este proyecto fueron: Abrasadas, Woven y Akelarre.

Logotipo

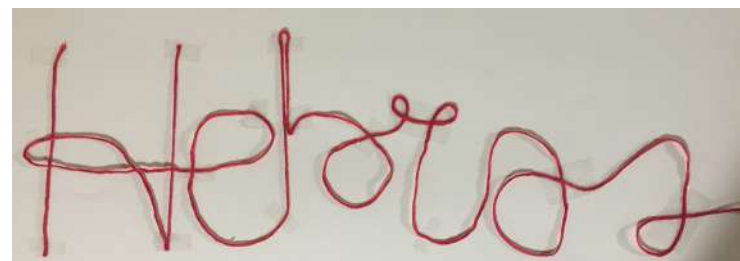
El proceso de diseño del logotipo iteró diversas variantes y alternativas hasta llegar a su versión final. Este está diseñado a partir de escribir con un hilo sobre un papel la palabra, Hebras, modificándolo vectorialmente posteriormente. El logotipo representa el proyecto, debido a que muestra como el hilo crea esta unión e integración de las mujeres y su creatividad al aplicar la técnica del bordado.

Hebras

Logotipo Final



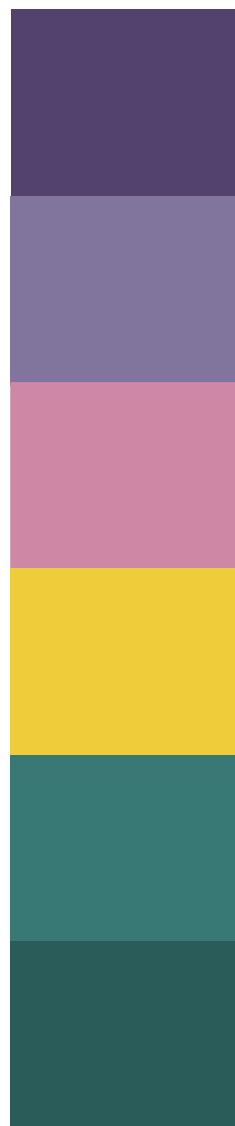
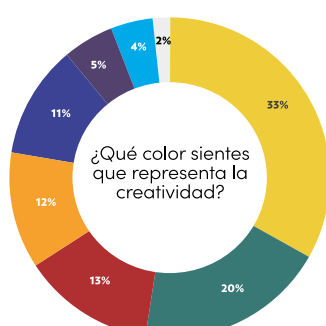
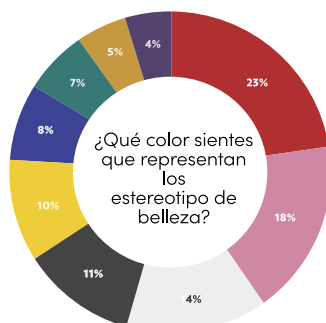
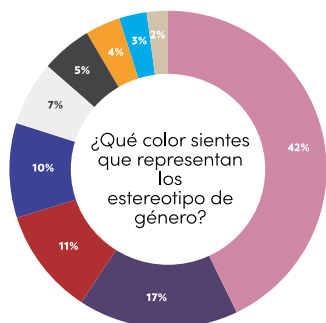
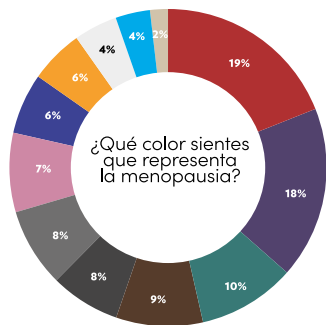
Logotipo + área de protección



Proceso de diseño con hilos

Hebras Hebras Hebras

Variantes de diseño del logotipo



C:77 M:78 Y:30 K:17
R:82 G:65 B:109
#52416D

C:57 M:55 Y:19 K:3
R:129 G:116 B:156
#81749C

C:20 M:55 Y:17 K:1
R:207 G:137 B:166
#CF89A6

C:9 M:17 Y:84 K:0
R:239 G:204 B:57
#EFCC39

C:77 M:32 Y:49 K:18
R:55 G:120 B:118
#377876

C:81 M:40 Y:54 K:37
R:42 G:91 B:89
#2A5B59

Paleta de colores

Para llegar a la paleta de colores para este proyecto, se desarrolló una encuesta sensorial (108 respuestas) acerca de qué colores sentían que representaban la menopausia, los estereotipos de belleza y de género, y por último la creatividad.

Como se pueden ver en los siguientes graficos, predominaron los colores: morado (color principal), rosado, verde y amarillo, dejando de lado el color rojo, como decisión de diseño, debido a que sobresalía mucho en comparación con los otros colores. Esto no permitía crear una paleta armónica.

Tipografía

La tipografía escogida para este proyecto fue la Sofia Pro, diseñada por Olivier Gourvat que trabaja en Olivier Gourvat Mostardesign Type Foundry. Su familia tipográfica contiene 16 estilos diferentes.

Fue escogida para ser ocupada en la bajada del logotipo, en las postales reflexivas, y en el futuro material de la marca. Debido a su forma orgánica y a que contiene estilos redondeados que combinan con el logotipo creado.

Tipografía

Sofia Pro Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz

Sofia Pro Regular italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz*

Sofia Pro Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz

Sofia Pro Bold

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz**

Sofia Pro Soft Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz

Sofia Pro Soft Regular italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz*

Sofia Pro Soft Light

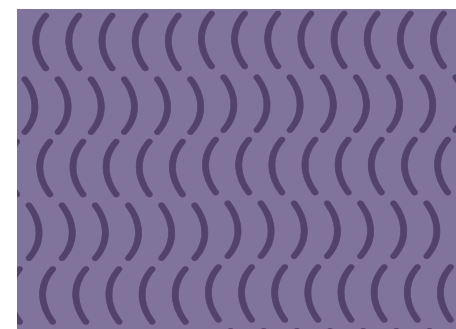
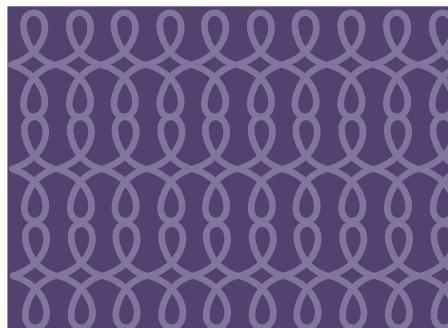
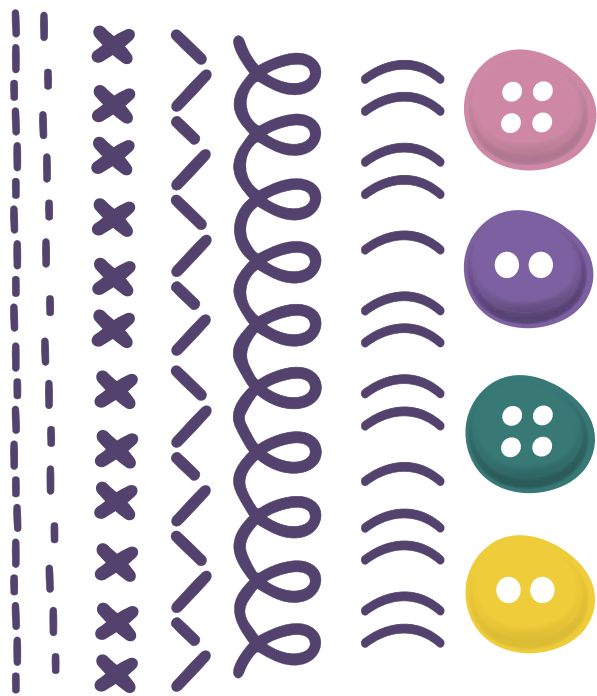
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz

Sofia Pro Soft Bold

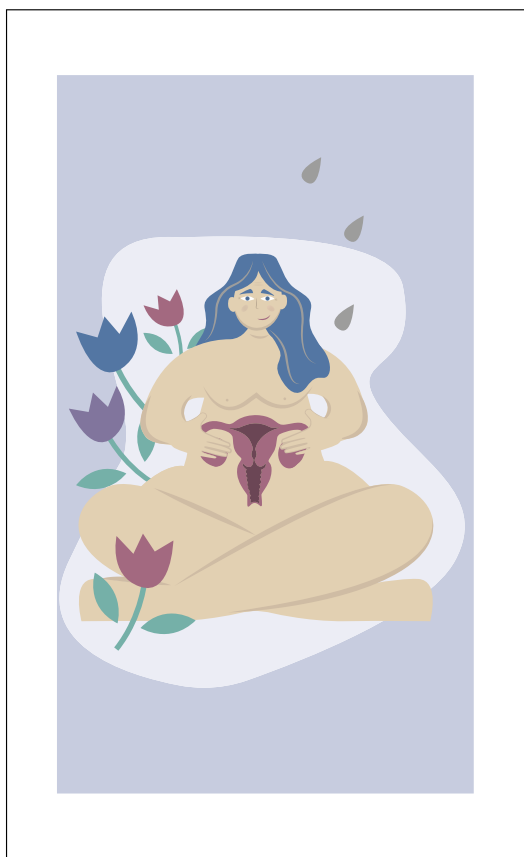
**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz**

Elementos gráficos

Los elementos gráficos creados tienen directa relación con la técnica del bordado, siendo distintos puntos y costuras, los cuales en conjunto arman distintos patrones.



Prototipo 1 Posta Reflexiva – Elaboración propia



Prototipo Final Postal Reflexiva – Elaboración propia



Ilustraciones para Postales Creativas

Por otra parte, se empezaron a conceptualizar las primeras ilustraciones y reflexiones para las postales reflexivas.

Se empezó en primer lugar con las reflexiones, en donde se dividieron en sociedad patriarcal, cambios en el cuerpo, estereotipos de belleza, la menopausia, sexualidad en la menopausia, el envejecimiento, y menopausia como una enfermedad. Todo estos temas están directamente ligados con la menopausia, esperando que la usuaria pueda crear una reflexión de lo que ha vivido y/o de lo que espera o vivir.

Se acompaña por ilustraciones que generen cierto interés en las mujeres para hacer la reflexión y al mismo tiempo que integren a una mujer real y no una idealizada. Para que cada una de las mujeres que participen en este proyecto se puedan identificar con las ilustraciones.

El diseño de las postales fue variando junto con la gráfica del proyecto, como se pueden ver en las siguientes imágenes.

Bosquejos cuerpos para ilustraciones
Elaboración Propia



Ilustraciones mujeres
Elaboración propia



4.6 Testear e iterar

Los testeos se dividieron en funcionalidad, apariencia y validación.

Funcionalidad

En primer lugar, se realizó el testeo de funcionalidad que tenía como objetivo entender y seguir las instrucciones del servicio. En segundo lugar, fomentar la reflexión sobre la menopausia y que ésta sea reflejada en la tela. Por último, validar el uso del grupo de Facebook. Se testeó con mujeres de distintas edades (20 a 60 años) en un testeo remoto, donde se le fue a dejar a sus hogares los sets creativos. Se testeó el primer prototipo que poseía la tela creativa con los materiales, junto con la postal reflexiva y el grupo de Facebook. Este testeo funcionaría si las usuarias entienden y realizan las instrucciones dadas, si se refleja una reflexión en la tela, y si hay un uso del grupo de Facebook.

El testeo se llevó a cabo la semana del 31 de mayo, con 6 participantes. Para luego realizar una encuesta de percepción del testeo, los resultados fueron los siguientes.

En primer lugar con respecto a las instrucciones: un 100% de las participantes dice haber seguido las instrucciones al pie de la letra. A pesar de que muchas no se unieron al grupo de Facebook (primer paso) hasta que

subieron la foto de la tela creativa (séptimo paso). Una de las cualidades es que esto demuestra que la actividad reflexiva, se puede hacer a pesar de que las participantes no usaran el grupo de Facebook. Una debilidad es que no se logra que utilicen todos los recursos dados (imágenes para inspirarse, plantillas y música) para incentivar tanto la instancia de reflexión como la creativa. Las mejoras, en este ámbito tiene que ver con redactar de mejor manera las instrucciones, especialmente en el primer paso en dónde se deben integrar al grupo de Facebook.



En segundo lugar, una de las cualidades del servicio, es que si se logró que las participantes tuvieran una reflexión profunda con respecto al tema que le tocó en su postal reflexiva. Según la encuesta de percepción, un 100% logra tener una reflexión profunda. Al preguntarles, ¿Cómo fue para ellas esta instancia de reflexión? Respuestas como

“Simple pero potente” Francisca, 55 años

“Me ayudó no solo a hacer la actividad sino que a parar un rato entre semanas intensas”
María Jesús, 27 años

“Esta experiencia me ayudó a darme cuenta de que hay temas o cosas que en el día a día paso por alto. Y dándole una vuelta más profunda al tema, me doy cuenta de cómo me siento de verdad con respecto a ese tema. Al final siento que eran como pensamientos reprimidos.”
Josefina, 23 años

Y al preguntarles ¿Cómo se sintieron al momento de traspasar su reflexión a la tela creativa? Algunas de las respuestas fueron,

“Fue rico, sin saber bordar fue muy entretenido tratar de crear algo” María Jesús, 27 años

“En un principio me costó llevar todos mis pensamientos a la tela, pero una vez que me deje llevar fue muy relajante y liberador, ya que me sirvió también para conocerme a mi misma.”
Paula, 57 años

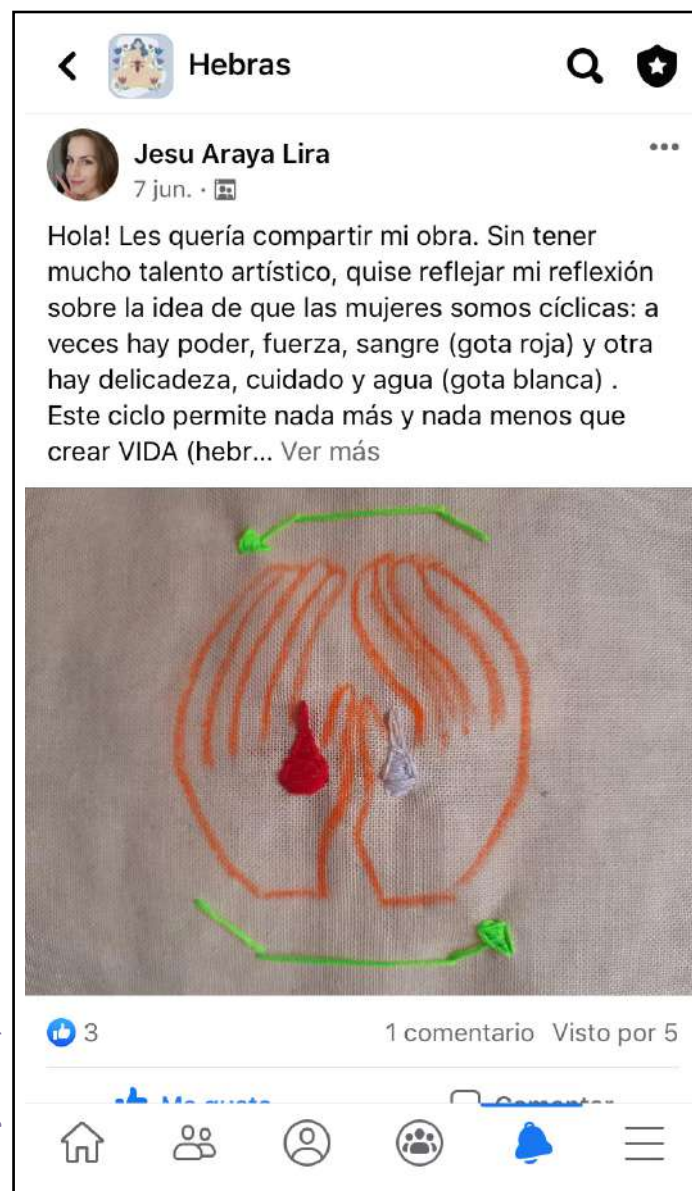
Una de las debilidades es que no todas las reflexiones tomaron el tema de la menopausia, y se fueron por otros caminos, que también son bienvenidos. Las mejoras respecto a las reflexiones, es que se modificarán las reflexiones para que cada postal toque de alguna forma u otra el tema de la menopausia, integrando a aquellas mujeres que no han vivido la menopausia todavía.

En tercer lugar, solo un 50% de las participantes usó el grupo de Facebook, previamente a subir sus obras creativas, destacando el recurso de la música para el momento reflexivo y las imágenes de inspiración para el momento creativo. Una de las cualidades del grupo de Facebook es que se logró que las mujeres subieran las fotos de sus obras creativas, logrando que las participantes vieran otras obras creativas.

“Me interesó leer las presentaciones que hacían las otras personas sobre sus propias obras”
María Jesús, 27 años

Las debilidades fueron que no todas usaron el grupo de Facebook antes de empezar la reflexión (no siguiendo instrucciones), debido a que al ser un grupo privado, estas decidieron meterse después, al momento de tener que subir su obra. Por otra parte, algunas tuvieron problemas con el código QR, ya que las cámaras de su celular no lograban escanearlas. Las mejoras para este ámbito del servicio, serán hacer un grupo de Facebook abierto. Por otro lado, además del código QR, se pondrá un link acortado, para que aquellas mujeres que no logren escanear el código, puedan escribir el link y llegar al grupo de Facebook.

En este testeo hubo una participante que no realizó la actividad, al momento de preguntarle ¿Qué pasó? Respondió que debido a que su trabajo es esencial, ella es una de las personas que ha tenido que trabajar de manera presencial durante toda la pandemia, dejándola sin ánimos y sin energía para realizar el testeo. Además que era lo último en su lista de prioridades, en su lista de quehaceres, tanto domésticos como laborales. Pero si respondió que le interesó la actividad y lamentaba no haberla podido hacer.




María Jesús Araya

Hebras

Josefina Varleta Godoy · 8 jun. · 📷

Hello, les comparto mi trabajo. Durante toda la vida nos han dicho como deberíamos vernos y comportarnos y esto me causa dos sentimientos/ emociones. Por un lado, tengo todos estos pensamientos de que yo se que no deberíamos caer en los estereotipos o ideales de bellezas. Yo quiero creer que mi cuerpo es es hermo... Ver más



4 likes · 1 comentario · Visto por 5

Me gusta Comentar

Escribe un comentario...

Josefina Varleta

Hebras

Obra de mi mom



4 likes · 1 comentario · Visto por 5

Me gusta Comentar


Maria Francisca Lira 🙌
Pura alegría! La la menopausia no es una enfermedad, es un momento de muchas cosas buenas. Al menos yo lo veo como algo positivo y una tranquilidad enorme.

Maria Francisca Lira

Hebras

Maria Jose Nacur 2 días · 📍

Esta 🌸 representa las cualidades y características bellas de la mujer, cada una es especial. Hoy en día persiste mucho la influencia de los demás con respecto a como debemos ser y actuar asique mas amor y menos influencia. ❤️



👍 Tú y Josefina Varleta Godoy Visto por 4

👍 Me gusta Comentar

Maria José Nacur

Hebras

Paula Godoy 2 días · 📍

Trate de expresar la sensación de cambio, no solo físico si no que también psicológico en mi caso. La necesidad también de sentirse en paz y armonía, segura de uno mismo, estar conectada con nuestra mente y naturaleza en la cual encontraras respuestas.



👍 Tú y Josefina Varleta Godoy Visto por 4

👍 Me gusta Comentar

Paula Godoy

Apariencia

El segundo testeo que se realizó fue el de la apariencia en dónde el objetivo era evaluar las ilustraciones y la gráfica del proyecto. Con mujeres de distintas edades, remoto vía Zoom, se testeó las postales reflexivas (ilustraciones) y el branding del proyecto. Se evaluaría si el branding del proyecto es llamativo y memorable y si las ilustraciones crean alguna emoción y las usuarias logran identificarse con algunas de ellas.

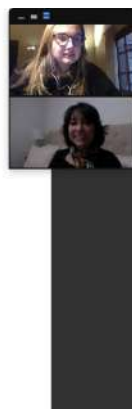
El testeo se llevó a cabo la semana del 14 de junio, con 5 participantes. Los resultados fueron los siguientes:

En cuanto al branding, se mostró el logotipo, la paleta de colores, elementos gráficos y patrones. En primer lugar, el logotipo es memorable y original, mostrando una relación directa con la técnica del bordado. Si bien una de las participantes recalzó, que no le parecía atractivo, y que algunas de las letras no logra identificarlas fácilmente en especial la “r” y la “a”. Razón por la cual se modificó el logotipo, para que se entendiera mejor. Con respecto a la paleta de colores, fue muy aceptada por las participantes, encontraban que no era ni opaca ni muy chillona, que se apoyaban los colores mutuamente. Incluso Myriam de 53

años mencionó que era justo la paleta de colores que ocupaba en su ropa. Respecto a los elementos gráficos y los patrones, se compararon con revistas de bordados que tenían sus madres y se notaba la intención de ilustrar la técnica del bordado en ellos. Al momento de preguntarles qué edad tenía el branding respondieron, 45 años.

Se les mostró a las participantes, las ilustraciones con el apoyo de una frase que se relacionaba con el tema de las reflexiones, en dónde en la mayoría, sentían que las ilustraciones si reflejaban el tema a tratar, con algunos leves cambios, excepto una (la ilustración, que refleja que la sociedad valora todo aquello que es joven), que después del testeo se decidió cambiarla. Las participantes recalcaron que si se sentían identificadas por ellas. En los testeos, se les preguntó qué edad tenían las mujeres ilustradas, y pasó que participantes más jóvenes, les ponían edades más cercanas a la suya y las con edad más avanzada, les subían la edad, reflejando el cómo se identificaban con cada una de ellas. En cuanto a apariencia, les gustaron mucho las ilustraciones y las encontraban atractivas.

Enfermedades y autocuidado durante la menopausia



4.6 Implementar y evaluar

Validación

El tercer testeo tenía como objetivo la validación del pre servicio y del servicio, con las Mujeres de la municipalidad de Puente Alto. En esta instancia se testeó el set creativo, el packaging, grupo de Facebook y las reflexiones. El objetivo del testeo era verificar la aplicación del servicio en el contexto municipal comprendiendo las etapas de pre y el servicio. Durante este testeo, yo como mujer, no como estudiante de diseño, también participe del testeo, para poder presentarme y unirme al grupo que se estaba armando, dándome a conocer y guiar la actividad.

El testeo se llevó a cabo la semana del 5 de julio, con 8 participantes. El día Lunes 5 de julio, se llevaron los 8 prototipos de Hebras a la Sede de la Mujer de Puente Alto, donde me encontré con Tamara Cabello, coordinadora de agrupaciones de mujeres del departamento Puente Mujer de la Municipalidad de Puente Alto. Junto con Carlos, chófer de la municipalidad, fuimos repartiendo casa a casa cada uno de los set creativos de Hebras. Cada una de las mujeres recibió el set de manera muy alegre y motivada.



Set creativo de Hebras utilizados para el testeo

Imágenes de las mujeres que participaron en terreno en Puente Alto



Las mujeres que participaron de este testeo provienen de dos agrupaciones distintas y fueron las siguientes: de Chilenas Dejando Huellas, Paola Aguilar y Úrsula Vilagra, de Pindartewen, Jessy Espinosa, Iris Mendez, Daniela, Rosa Ateneo, Marcela Rivas y de Puente Mujer, Tamara Cabello.

El testeo comenzó el momento que las mujeres recibieron el set creativo, dónde desde ya podrían unirse al grupo de Facebook. Dentro de la semana, se fueron uniendo, llegando a unirse todas para el día lunes, día que se publicarían las obras creativas listas.

Uno de los resultados positivos del testeo es que las mujeres que fueron uniendo al grupo de Facebook desde el principio, iban interactuando (comentarios, me gusta y reacciones) conmigo a través de las publicaciones que se iban haciendo (bienvenida, música reflexiva, plantillas, imágenes que inspiran, música creativa y más), creando un ambiente sororo desde que la primera mujer se unió al grupo. De las 8 participantes, 5 de ellas ocuparon las herramientas dadas vía Facebook. Al momento de preguntarles, cómo fue la instancia de compartir sus obras vía el grupo las respuestas fueron las siguientes.

“Mostrar lo que yo sentí y expresarme por medio del bordado fue genial, y valorar el trabajo y forma de sentir de las demás personas fue muy lindo”

Úrsula, 60 años

“Me encantó, me sentí en la misma sintonía que las demás y fue muy bello ver las demás obras”

Jessy 36 años

“Lo distintas que somos en pensamientos al vivir las mismas situaciones en cuanto a la menopausia y menstruación”

Marcela, 43 años

Una de las debilidades fue que no todas se metieron al grupo de Facebook en un principio, e incluso 2 mujeres se unieron el domingo, antes de subir su obra creativa. Dado que se había previsto este resultado se había incluido en el diseño final las instrucciones básicas necesarias para la realización de la actividad al interior del packaging.

Por otra parte, otra de los resultados favorables es que se logró que se creara una reflexión y que esta fuera reflejada en la tela por cada una de las integrantes. Las 8 participantes subieron sus telas creativas el día lunes 12 de julio, compartiendo sus reflexiones y sus técnicas utilizadas al momento de crear. El que yo también participaré del proyecto y estuviera presente reflejó una mayor confianza dentro del grupo, debido a que si tenían dudas o comentarios me mandaban mensajes por interno preguntándome o comentando cosas. Algunos de los comentarios respecto al momento de reflexión fueron los siguientes:

“Entretenida, intensa y de reflexión respecto al tema”

Rosa, 42 años

“Para mí fue una experiencia enriquecedora y liberadora, relajante y totalmente conectada con lo que hoy estoy pasando.”

Daniela, 36 años

Respecto a la técnica del bordado, la gran mayoría no sabían o no utilizaba la técnica hace tiempo (algunas desde el colegio), es por esa razón que dentro de las herramientas en Facebook ellas sugirieron poder publicar tutoriales básicos para ayudarlas. El resultado fue sorprendente y muchas quedaron encantadas con la técnica que habían decidido dejar de lado y que ahora quieren retomar. Cuando se les preguntó acerca de la experiencia que vivieron bordando, algunas respondieron lo siguiente:

“Hermosa, el hecho de bordar por primera vez en mi caso, me hizo tener sensaciones ancestrales. Me sentí acompañada de otras mujeres, sentí como fuego interno, y ganas de hacer un círculo de mujeres. Fue muy especial. Sentí una conexión extraña pero linda”

Jessy, 36 años

“Buenísimo, jamás había bordado y aluciné con el resultado”

Rosa 42 años

A continuación se podrán apreciar las obras creativas de cada una de las mujeres.



Marcela Rivas

"Mí reflexión me llevo a entender miedos e incertidumbre en los procesos de la menstruación y menopausia, son etapas en la cual uno pasa, pasará y seguirá pasando. Agradecida de poder participar en este proyecto y feliz de a ver bordado , años que no lo hacía. Gracias."

Marcela



Rosa Teneo

"En mi caso y apesar de haber escuchado miles de comentarios negativos, nunca ha sido ni será tema....creo que es parte del proceso, parte de nuestro camino...una etapa más y al conectar con ella, sólo me produce sensaciones de madurez, plenitud, experiencia y alegrías porque somos creadoras de nuestro camino y hace un tiempo ya decidí que esto el mío, lo llenaré sólo con lo que me haga bien a mi cuerpo, mente y alma "

Rosa



Paola Aguilar

“¡Desafío superado! Mucha gente asocia que la menopausia es cuando una mujer envejece, cuando ya cumplió todos sus propósitos en la vida, y solo espera a que pase el tiempo. ¡Pero este es un nuevo proceso! Es una nueva etapa, en donde tenemos mas experiencias y vivencias respecto a ciertos temas y en la cual hay que disfrutar al máximo, persiguiendo nuestros sueños y creando nuevos propósitos ”

Paola



Jessy Espinoza

“En mi caso la reflexión tenía que ver con la sexualidad y el fin de la vida sexual en menopausia. La primera palabra que me vino a la mente fue libertad, luego la imagen que bordé y luego la palabra plenitud. Siento que toda la vida fértil de la mujer, cargamos con la “responsabilidad” de la maternidad, y desde ahí la creencia de tener que “cuidarnos” muchas veces con métodos super invasivos. Entonces al pensar en menopausia siento esa liberación de esa carga y a la vez siento poder vivir la sexualidad más en plenitud. En mi caso mi marido se hizo la vasectomía hace un par de años y siento lo mismo que si estuviera en menopausia, solo que al revés, amando cada vez mi menstruación y queriendo entender y abrazar mis propios ciclos. Disfrutando mi sexualidad mucho más que antes Espero les guste mi obra, me encantó hacerla. Una experiencia muy hermosa que atesoraré. Gratitud ”

Jessy



Tamara Cabello

"¡Hola a todas! Este es mi representación sobre la reflexión que hice de la menopausia. Lo que quise representar es el proceso constante de florecer. Como mujeres nuestro cuerpo constantemente florece en distintos momentos de nuestro cuerpo y etapas de la vida. Me imagino floreciendo en distintos colores y tamaños. Y justamente eso quiero, florecer sin miedo y prejuicios. P. D. mi bordado quedó pequeñito jajajá "

Tamara



Úrsula Villagra

"Hola muy buenos días, yo puse en práctica lo aprendido en el colegio. Y este tema tan especial para nosotras hizo que reviviera momentos, lamentables para mi como mujer pues 55 años atrás no existía la comodidad de ahora. ¡Por eso en mi bordado reflejo todo el sentir !!! Cuando la menopausia llegó a mi vida la viví con un poco de miedo al comienzo, pues habían en mi mente muchos comentarios, ... pero pronto me sentí con vida nueva llena de energía, y libre de preocupación "

Úrsula



Daniela

"Gracias por la oportunidad de poder hacer esta bella actividad, en este preciso momento, en que me encuentro en plena conexión con mí útero. Mi dibujo comenzó con una imagen y de a poco me entusiasme hasta llenar el lienzo con símbolos maravillosos para mi sentir como mujer. La menopausia para mi no es un tema no me preocupa, es parte mi ciclo como mujer, la espero con amor. Hablo de ciclos porque todo es un ciclo, así como la luna menguante que represente ya apunto de pasar a nueva, y dar paso a un nuevo ciclo lunar, y cada ciclo lunar siempre conectado con nuestro propio ciclo, nuestro utero que desde que nacemos está en constante cambio y pasando por ciclos bellísimos, nuestras manos en conexión siempre con la energía del utero; esa energía que transmitimos en forma de creación, de protección, cariño, afecto, vida, amor. La flor de loto que nace de una oscuridad fría y húmeda, y aun así nace elegante, femenina, fuerte y luminosa. Y cada palabra que nace desde mi propia experiencia."

Daniela



Iris Mendez

"Para mí es una etapa para florecer dejando atrás creencias que por años nos han marcado. El disfrute de la sexualidad sin preocupaciones de gestar, florecer y agradecer a nuestra útera lo entregado por tantos años. Libertad, goce, disfrute."

Iris



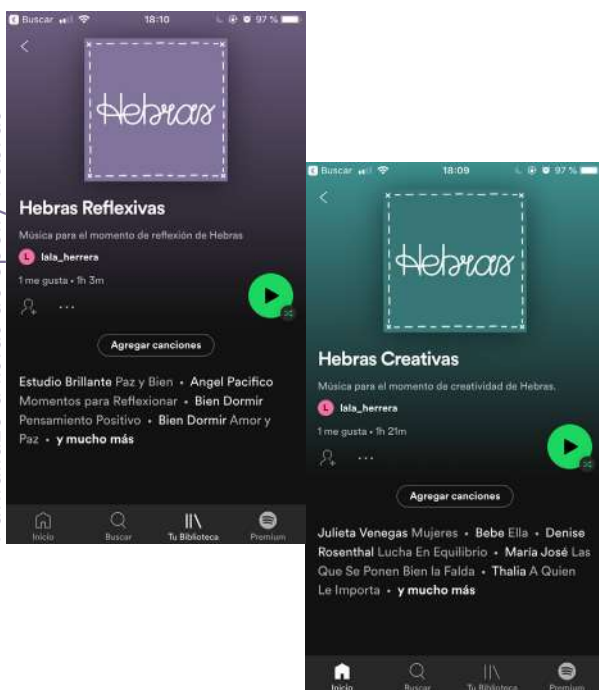
Alejandra Herrera

“Siento que es importante que gritemos lo que sentimos y no nos guardemos las cosas adentro de nosotras mismas. Cada una de nosotras tiene verdades distintas a las otras y hay que aprender de ellas. La menopausia para mi siempre fue muy lejana y algo que no se habla, y no entiendo la razón de esto. Las etapas de la vida de la mujer son únicas y hay que hacerse amigas de ellas como lo es la menstruación. Y siento que las historias que rodean a las etapas de las mujeres hace que no podamos vivirlas al máximo. Así que chiquillas gritemos nuestras verdades!”

Alejandra

Las postales reflexivas fueron bien recibidas y las encuentran atractivas. Sintieron que fue interesante el autocuestionarse sobre el momento de la vida en el que estaban y relacionarlo con la menopausia, vivida o no vivida. Y que las hicieron acercarse a las mujeres.

Algunas de las mejoras para la siguiente iteración del proyecto son entregar instrucciones con mayor claridad, debido a que una de las mujeres hizo el bordado de manera horizontal en vez de vertical y se generaron dudas respecto a eso en el grupo de Facebook. Por otra parte según la encuesta de satisfacción realizada, surgió la necesidad de crear una instancia o actividad colectiva sincrónica ya sea de manera online para poder hablar y cerrar mejor el tema. Y por último, sintieron que una semana era muy poco para poder crear bien la tela, se sintieron auto presionadas para poder terminarla, por esta razón se decidió agregar tres días más para que en total tengan 10 días para hacer su obra creativa.



Grupo de Facebook

En el testeo anterior (funcionalidad), una de las mejoras era crear una mayor interacción en el grupo de Facebook, y esto se logró publicando todos los días de la semana algo distinto, que fuera un apoyo durante el proceso reflexivo y creativo que estaban viviendo las mujeres que estaban participando del proyecto.

Para esto se crearon dos listas de música por Spotify. En primer lugar, Hebras reflexivas, la cual consta de música para crear un ambiente reflexivo en el hogar. Y Hebras creativas, lista de música de canciones de mujeres latinas que cantan sobre el empoderamiento de la mujer.

También se subieron las plantillas (ilustraciones de creación propia) para que las mujeres pudieran copiarlas o calcarlas en la tela, facilitando el proceso de creación si es necesario. Por otro lado, también se subieron imágenes de distintos artistas que ocupan la técnica del bordado, esperando inspirar a las mujeres en su momento creativo, videos de tutoriales de bordado ya que algunas no sabían bordar. Todo esto en conjunto con comentarios que acompañaban a la reflexión logró que las mujeres comentaran y publicaran sus ideas y sensaciones. Esto permitió crear una base de confianza para el momento de tener que publicar las obras creativas, se creó el foro espe-



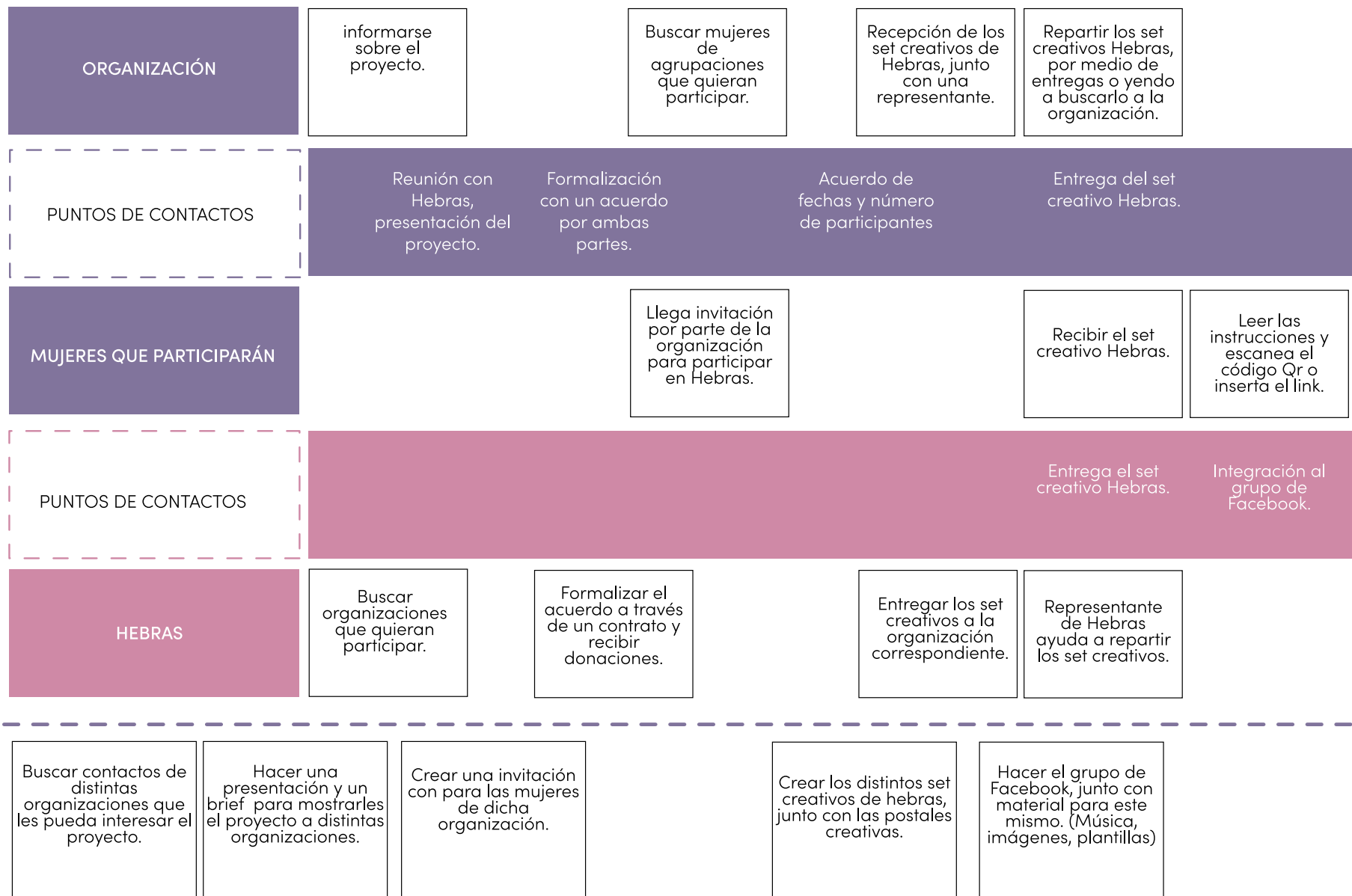
Haz click en el logo de Facebook para ver el grupo del testeo de validación.

Blueprint

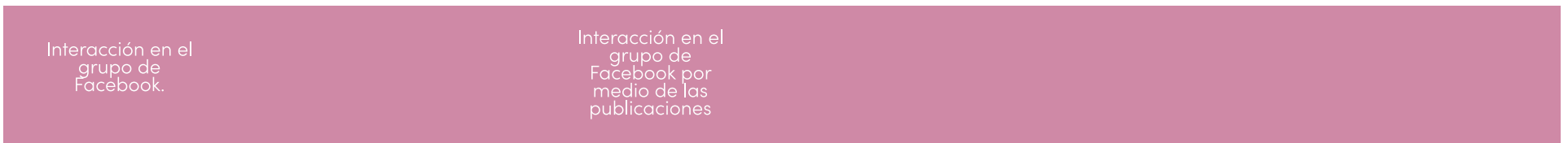
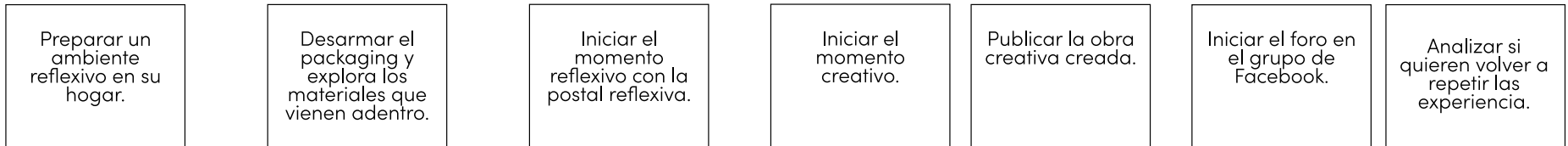
De acuerdo al testeo de validación realizado la semana del 5 de julio, se pudieron sacar distintas conclusiones y mejoras para este proyecto. Especialmente obtenidas en las encuestas de satisfacción realizadas al grupo de mujeres de Puente Alto, se define el servicio, como se puede ver en el siguiente blueprint.

Blue Print

PRE SERVICIO



SERVICIO



Interacción en el grupo de Facebook.

Interacción en el grupo de Facebook por medio de las publicaciones



POST SERVICIO

| | | | | | |
|---|---|--|---|--|--------------------------------|
| Recibir o ir a buscar las obras creativas que hicieron las mujeres. | Unir las telas a través de manera lateral por medio de los botones. | Montar una exposición dentro de la misma organización la obra colectiva. | Entregar de la obra colectiva a Hebras. | Asistir a la recepción exposición de todas las obras colectivas. | Asistir a la exposición Hebras |
|---|---|--|---|--|--------------------------------|

Recolección de las obras. Contacto presencial en la organización. Contacto presencial en la exposición.

| | | | | |
|---|----------------------------|--|---|--------------------------------|
| Actividad de cierre online o presencial | Entregar la obra creativa. | Ir a la exposición en la organización y apreciar las obras colectivas. | Recibir invitación para exposición de todas las obras colectivas. | Asistir a la exposición Hebras |
|---|----------------------------|--|---|--------------------------------|

Contacto presencial en la organización. Contacto presencial en la organización. Contacto presencial en la exposición.

| | | | | |
|---------------------------|--|---------------------------------|--|-------------------------------------|
| Crear actividad de cierre | Ir a la exposición en la organización y apreciar las obra colectiva. | Recepción de la obra colectiva. | Instalación de exposición de las obras creativas de las distintas organizaciones | Apertura de la exposición de Hebras |
|---------------------------|--|---------------------------------|--|-------------------------------------|



| | | | | |
|---|--|---|--|-------------------------|
| Crear un guión para la actividad de cierre, para el foro. | Coordinar para la creación de una exposición de obras de distintas organizaciones (arriendo sala, catering, fotógrafo) | Diseñar y planificar la exposición de las distintas obras creativas | Creación y entrega de invitaciones y grafica para los participantes. | Organizar la exposición |
|---|--|---|--|-------------------------|

Diseño Packaging

El packaging para este proyecto se estructura en base a una gran etiqueta, que sostiene el set creativo, impreso en tiro y retiro. Por un lado muestra el branding del proyecto y las instrucciones de este, y por el otro muestra imágenes inspiradoras y plantillas para que las mujeres ocupen al momento de iniciar el momento creativo. Esto, unido por medio de la costura del papel, que será necesario descoser para poder abrir y acceder a los materiales creativos.

Descósemelo

Descósemelo

Hebeas

Reflexión Creativa sobre la Menopausia

Escanéalo con tu cámara

Realiza esta actividad creativa en 10 días

1. Escanea el código QR
Te llevará a un grupo de Facebook. Si no puedes escanear el código, ingresa a: <https://bit.ly/3qBfKk4>
2. Crea un ambiente reflexivo
Puedes poner música, prender una vela o lo que tu sientas que sea necesario para obtener un momento de reflexión.
3. Descose el hilo de la etiqueta
Revisa la etiqueta por ambos lados en su interior encontraras material útil para tu creación.
4. Sacca los materiales creativos
Explora cada uno de los materiales e imagina sus posibilidades creativas.
5. Descosma el set creativo
Desdóblalo cuidadosamente el estuche y despliega la tela creativa.
6. Lee la postales
Reflexiona, medita e incluso puedes escribir lo que piensas y sientes.
7. Expresa tu reflexión en la tela
Trabaja la tela por el lado con botones mediante la técnica del bordado verticalmente.
8. Conéctate con otras mujeres
Sube una foto de tu creación al grupo de Facebook y comenta como hiciste tu pieza, que técnicas ocupaste, que te inspiró.

Lee las siguientes instrucciones

Packaging

Descósemelo

Hebeas

IMÁGENES QUE INSPIRAN

Isidora Ferrada Claudia Aksha Emanuella Martins

Mary Taferrí Yago Vianna Johanna Falzone

PLANTILLAS QUE AYUDAN

Cópielas o cálcalas en tu tela

Packaging

Packaging y set creativo para festejo Puentes Alto



Tela Creativa extendida con materiales creativos



Set creativo

El set creativo, fue diseñado para que este pueda sostener los materiales para ser empleados en el momento creativo, y al mismo tiempo, para que sea la tela creativa en donde las mujeres puedan bordar sus reflexiones. De esta manera, el set creativo se debe desbotonar para poder desdoblar la tela. Al mismo tiempo los botones que en un principio funcionaban para armar el set creativo, funcionan para unir la obra colectiva de las distintas mujeres. Tanto como un libro o como un gran lienzo.

Así también, se decidió, agregar un bolsillo (después de realizar la actividad, para que no termine bordado por accidente) por la parte de atrás, para que al momento de hacer la exposición, en este se puedan poner las reflexiones de las distintas mujeres y las postales reflexivas que inspiraron la reflexión, para que los participantes de la exhibición puedan ver todo el proceso. Inspirado en las arpilleras realizadas en dictadura que también incluían pequeños bolsillos donde se escondían mensajes políticos de resistencia.



Fotomontaje de Telas Creativas



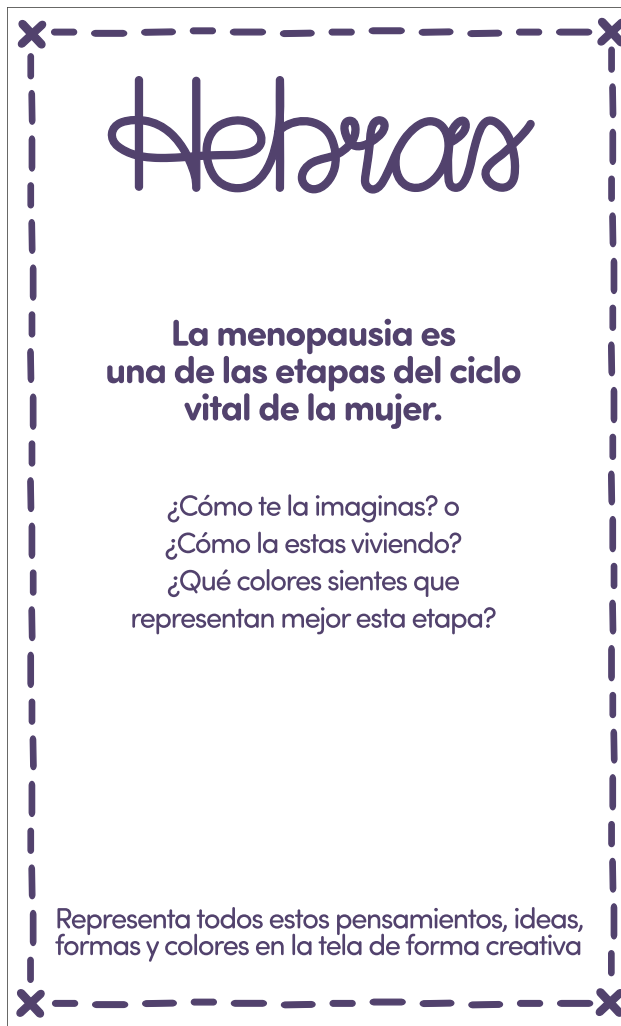
Decisiones de diseño

Para el desarrollo del producto de este proyecto, se tomaron distintas decisiones de diseño, las cuales forman parte de la identidad de marca de este.

En primer lugar, se decidió ocupar el proceso de Upcycling, en dónde se reciclarán telas, de retazos, cortinas, sábanas, camisas, manteles y más para poder crear la tela creativa. Estos pedazos de telas deben estar en las mismas tonalidades, siendo éstas, color crudo, blancos y grises. Esta decisión fue tomada, ya que la industria textil es una de las más contaminantes en el mundo. Al mismo tiempo, de esta manera ella le puede dar un significado a este, dándole un giro más íntimo y propio a la tela. En segundo lugar, los botones utilizados para el set creativo, deben ser lo más parecidos posibles a la paleta de colores ya mostrada siendo estos de 1,5 cm cada uno.



Postales Reflexivas 13,5 x 8,2 cm Elaboración propia



Diseño Postales

Las postales reflexivas fueron diseñadas basadas en los mitos y estereotipos de la menopausia (sociedad patriarcal, cambios en el cuerpo, estereotipos de belleza, la menopausia, sexualidad en la menopausia, el envejecimiento, y menopausia como una enfermedad). En primer lugar creando las reflexiones que inspirarán una reflexión creativa en las mujeres. Estas, acompañadas de ilustraciones que aludirán al tema tocado, para que las mujeres se sintieran identificadas con las mujeres de las postales reflexivas.



Hebreas

Durante la vida, las mujeres día a día se encuentran con estereotipos que dicen como la mujer debe lucir, especialmente durante la menopausia.

¿Qué sientes al respecto de esto?
Si pudieras ver tu voz por aquella emoción sobre los estereotipos
¿Cómo se expresa?

Representa todos estos pensamientos, ideas, formas y colores en la tela de forma creativa

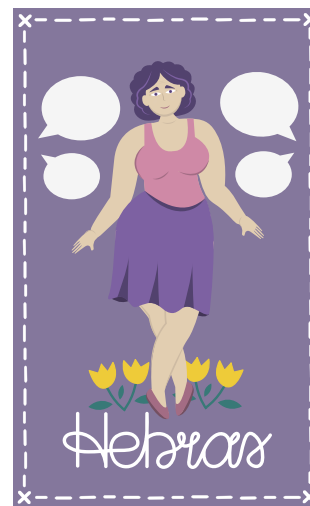


Hebreas

Uno de los mitos más comunes de la menopausia es que "hay un fin de la vida sexual".

¿Qué te hace sentir este mito?
¿Cómo representarías la sexualidad en la menopausia? o
¿Cómo te la imaginas? ¿Qué color sientes que representa mejor tu sexualidad en este momento?

Representa todos estos pensamientos, ideas, formas y colores en la tela de forma creativa



Hebreas

La sociedad de hoy en día siempre parece tener algún comentario sobre lo que es ser mujer.

¿Cómo defines ser mujer?
¿Crees que esta definición se ve afectada en la menopausia?
¿Qué conceptos, ideas, colores, formas te vienen a la cabeza?

Representa todos estos pensamientos, ideas, formas y colores en la tela de forma creativa



Hebreas

La sociedad occidental valora lo joven antes que lo viejo.

¿Cómo quieres vivir esta etapa o esta nueva etapa? ¿Cómo te imaginas la juventud y la vejez?
¿Qué colores y formas sientes que representan mejor estos conceptos?

Representa todos estos pensamientos, ideas, formas y colores en la tela de forma creativa



Hebreas

Muchas personas e incluso científicos, se refieren la menopausia como una enfermedad por la cual pasan las mujeres.

¿Qué sientes al leer esto? Si pudieras ver por dentro de tu cuerpo, ¿Cómo te imaginas que está funcionando?

Representa todos estos pensamientos, ideas, formas y colores en la tela de forma creativa



Hebreas

Durante su vida, la mujer vive muchos cambios en su cuerpo a causa de la menstruación y la menopausia.

¿Cómo has vivido estos cambios?
¿Cómo los representarías?
¿Qué imágenes o conceptos te vienen a la mente?

Representa todos estos pensamientos, ideas, formas y colores en la tela de forma creativa





Set Creativo Hebras

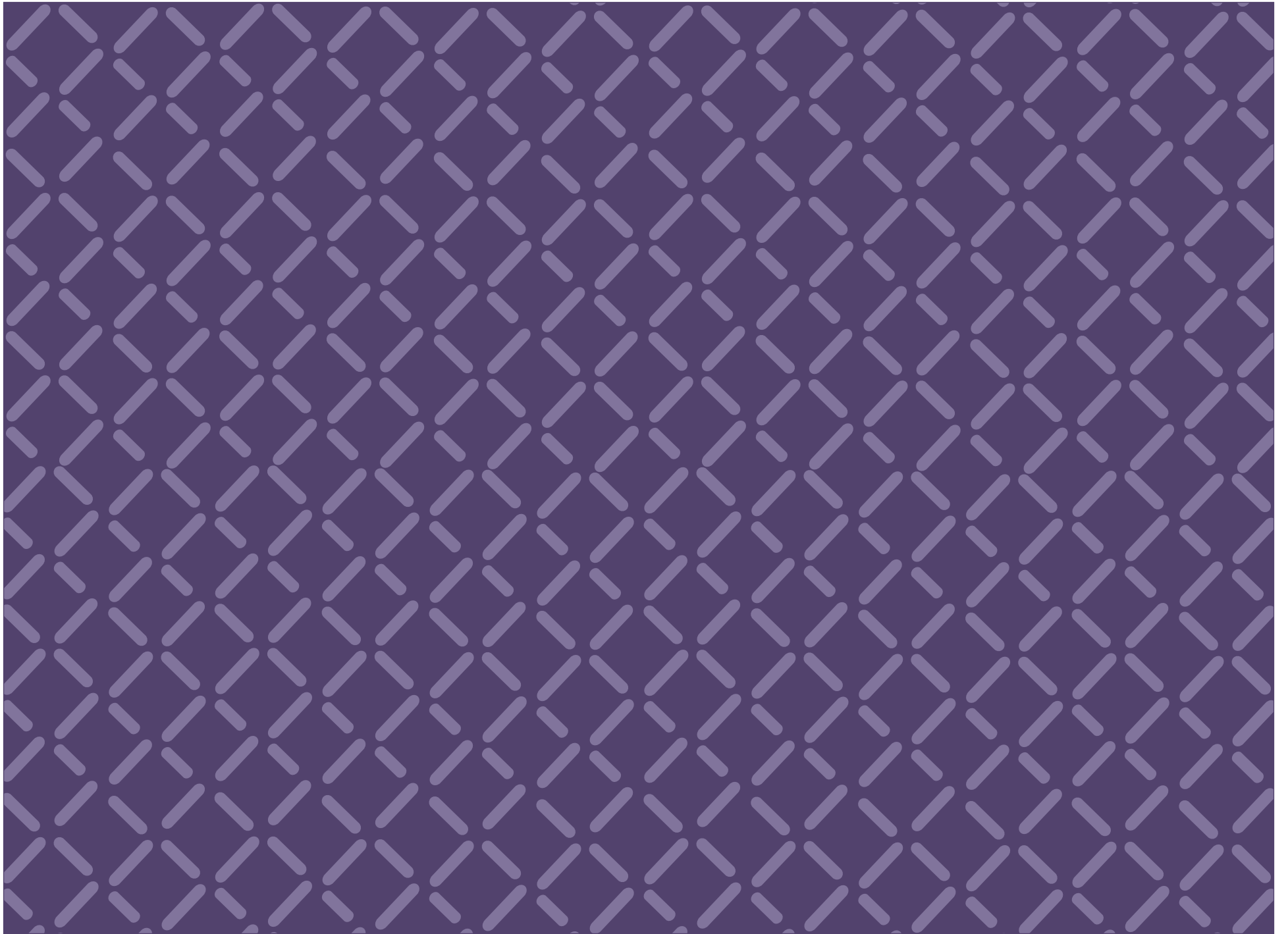


Sets Creativo Hebras





FINANCIAMIENTO DEL
PROYECTO



5.1 Estructura de Costos

Para el desarrollo de este proyecto, en el área financiera, se desarrolló una estructura de costos para que Hebras pudiera ser postulado a alguna forma de financiamiento pública del estado o de los municipios. Para esta estructura se tomó en cuenta el costo de cada uno de los set creativos, más el costo de impresión y finalmente los costos fijos como el sueldo de las personas parte del equipo Hebras. Este equipo estaría conformado por una diseñadora / directora, y una psicóloga que solo trabajaría part time.

Set Creativo x unidad:

| | |
|-------------------------|----------------|
| Mano de obra..... | \$500 |
| Tela reciclada | \$0 |
| Hilos para bordar..... | \$1.490 |
| Aguja | \$100 |
| Botones..... | \$800 |
| Bastidor de 10 cm | \$790 |
| Total..... | \$3.680 |

Impresión x unidad

| | |
|-------------------------------|----------------|
| Packaging tiro y retiro | \$900 |
| Postales reflexivas | \$100 |
| Total..... | \$1.000 |

Costos fijos

| | |
|------------------------------|--------------------|
| Diseñadora y directora | \$800.000 |
| Psicóloga (part time) | \$ 400.000 |
| Total..... | \$1.200.000 |

5.2 Modelo de Negocios

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| <p>Socios clave</p> <p>Municipios de Chile Junta de vecinos Organizaciones de mujeres como Comunidad Mujer Fundaciones como Mujer levántate Mujer y futuro</p> | <p>Actividades clave</p> <p>Diseñar servicio que cree una instancia reflexiva Diseñar material gráfico Contactar socios claves Proporcionar el servicio</p> | <p>Propuesta de Valor</p> <p>Informarse y educarse a través de las experiencias y conocimientos que compartan cada una de las mujeres. Intergeneracionalidad que ayudará a que las mujeres jóvenes puedan aprender de las reflexiones de las mujeres de mayor edad, y al mismo tiempo ellas puedan expresar sus sentimientos. Trabajo creativo, que refleja la reflexión acerca de la menopausia. Visualización de las voces de las distintas mujeres a través de los resultados, sin prejuicios.</p> | <p>Relaciones con clientes</p> <p>Libertad de expresión Reflexión Confianza Creatividad Trabajo colectivo</p> | <p>Segmentos de cliente</p> <p>Grupo de Facebook Organizaciones que busquen la reflexión acerca de la menopausia</p> |
| | <p>Recursos clave</p> <p>Cuenta para Facebook Personal para la realización del desarrollo del servicio Infraestructura para exposición de las obras creativas Wifi, impresiones y materiales textiles</p> | | <p>Canales</p> <p>Facebook Correo electrónico</p> | |
| <p>Estructura de costes</p> <p>Telas Hilos de bordar Agujas Bastidores Impresiones Transporte</p> | | <p>Fuente de ingresos</p> <p>Fondart Regional o Nacional Organizaciones y fundaciones Donaciones de empresas</p> | | |
| <p>Infraestructura para exposición Catering para exposición Diseñador Psicólogo Mano de obra</p> | | | | |

5.3 Financiamiento

Como medio de financiamiento para la realización de este proyecto, se buscaron fondos concursables.

En primer lugar nos encontramos con el **Fondo Concursable Mujeres por la Equidad**, de Comunidad Mujer que se basa en fortalecer el trabajo de organizaciones comunitarias, lideradas por mujeres, que toquen los temas de igualdad de género, apoyando el trabajo colectivo. Este fondo cuenta con 3 millones de pesos. Además de la ayuda monetaria, los ganadores recibirán acompañamiento y apoyo en la implementación del proyecto, asistencia en estrategias de comunicación y redes. Uno de los requisitos para la postulación es que la mitad del equipo esté conformado por mujeres.

La postulación para este fondo se realizaría a principios del próximo año, ya que las postulaciones para este año ya cerraron.

Para la postulación de este y otros fondos concursables, se requiere que la organización sea una organización formal, es decir, que tenga personalidad jurídica. Para esto, es necesario que Hebras inicie el trámite de “Ins-

cripción al Registro de Personas Jurídicas sin fines de lucro”.

Otros de los fondos concursables los cuales se investigaron son los **Fondart Regional y Nacional**, del área de diseño, artes y artesanía. Este fondo financiará el desarrollo de intervenciones artísticas, tanto de manera presencial como digital, para la creación de encuentros, como exhibiciones e intervenciones artísticas. No financiará la creación. Para este fondo pueden participar personas naturales y jurídicas, hasta el 26 de octubre del 2021. En ambos fondos, el monto a entregar varía entre los 3 millones a los 7 millones de pesos.

Estos dos fondos concursables solo aplicará para el momento de la exposición de las obras creativas de las distintas municipalidades, cubriendo los gastos de arriendo de espacio, catering, fotógrafo y personas que ayuden a montar la exposición y los montos fijados ya establecidos.

Otro fondo seleccionado, fue el concurso **Haz tu Tesis en Cultura**, convocatoria a presentar tesis de pregrado y posgrado o proyectos de titulación, con nota igual o superior a 6.0. El fondo está dirigida a personas chilenas con residencia en Chile y extranjeros residentes. El monto a recibir es de \$500.000 pesos chilenos. La postulación para este fondo también se hará el próximo año, debido que las postulaciones de este, ya cerraron.

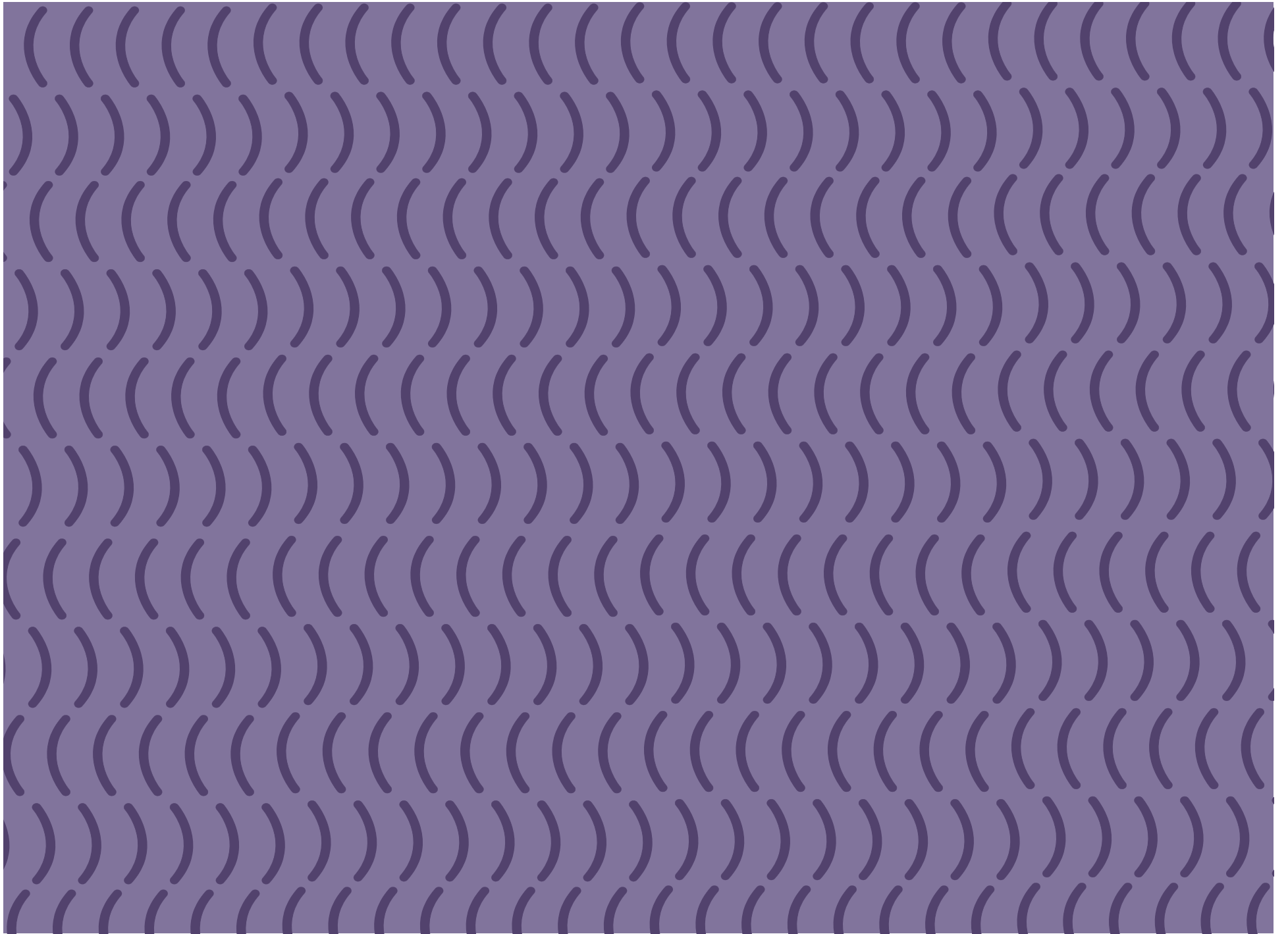
Este fondo serviría únicamente para los materiales necesarios para la creación de los set creativos, y la mano de obra para producirlos, ya que no alcanzaría para los costos fijos.

Por otra parte, otro medio de financiamiento son alianzas claves con empresas y su responsabilidad social empresarial, aportando con donaciones para la realización de este proyecto en distintas agrupaciones de mujeres.

Además de esto, cada organización, municipalidad o fundación que quiera participar puede dar un aporte voluntario para poder realizar la actividad con las mujeres de dicha agrupación y dependiendo de la organización, si esta quiere apadrinar a otra organización, la cual tenga menos recursos.



CONCLUSIONES Y
PROYECCIONES



6.1 Impacto Esperado

En base al desarrollo del proyecto realizado, se pueden esperar distintos impactos tanto como en las mujeres que participaron, y, en la sociedad en la cual ellas están insertas. Estos impactos pueden ser a corto y/o a largo plazo.

En primer lugar, nos encontramos con las mujeres que participaron del proyecto, en ellas pueden haber distintos resultados, ya que depende de la edad que tengan. Si la mujer ya había pasado o estaba pasando por la menopausia, tiene un impacto a corto plazo, ya que podrá expresar lo que realmente siente sobre lo que ella vivió en la menopausia, teniendo un impacto reflexivo, creativo y desarrollar pensamiento crítico, en torno a esa época de su vida. Por otra parte, las mujeres que todavía no han pasado por la menopausia, podrán tener el mismo impacto, pero además aprenderán de las otras mujeres sobre sus verdades sobre la menopausia, preparándose para cuando ellas lo vivan.

En segundo lugar, el impacto que tendrá dentro de la sociedad será colaborar en un cambio en el pensamiento sobre la menopausia fundada a base de los mitos y estereotipos que actualmente existen, estimulando a que más mujeres puedan cambiar estos paradigmas y contar sus propias verdades, no solamente sobre la menopausia, si no que de todo su ciclo vital.

6.2 Proyecciones

Mirando hacia el futuro, Hebras se puede proyectar de distintas maneras para poder ampliar e impulsar este proyecto.

1) Página Web: Se propone crear una página web en dónde se puedan publicar los resultados de Hebras en las distintas organizaciones. Su principal objetivo será para poder atraer más organizaciones a este proyecto motivándolos a participar. Además, para que puedan mostrarles a las mujeres que vayan a ser parte de este proyecto, ciertas aproximaciones a lo que pueden esperar ellas, por ejemplo mediante un blog, dónde mujeres que ya hayan participado puedan escribir sus experiencias. Así también tiene como objetivo conseguir donaciones de distintas empresas.

2) Ampliar temas: Por otra parte, también se siente la necesidad de ampliar el rango de temas en el cual Hebras se centrará. La mujer durante su vida vive por muchas etapas que la marcan para el futuro, y que también están llenas de mitos y estereotipos que causan inseguridades en las mujeres. La menarquía, menstruación, sexualidad, embarazos, maternidad, vejez, y muchos temas más pueden ser tocados, creando reflexiones creativas en las mujeres.



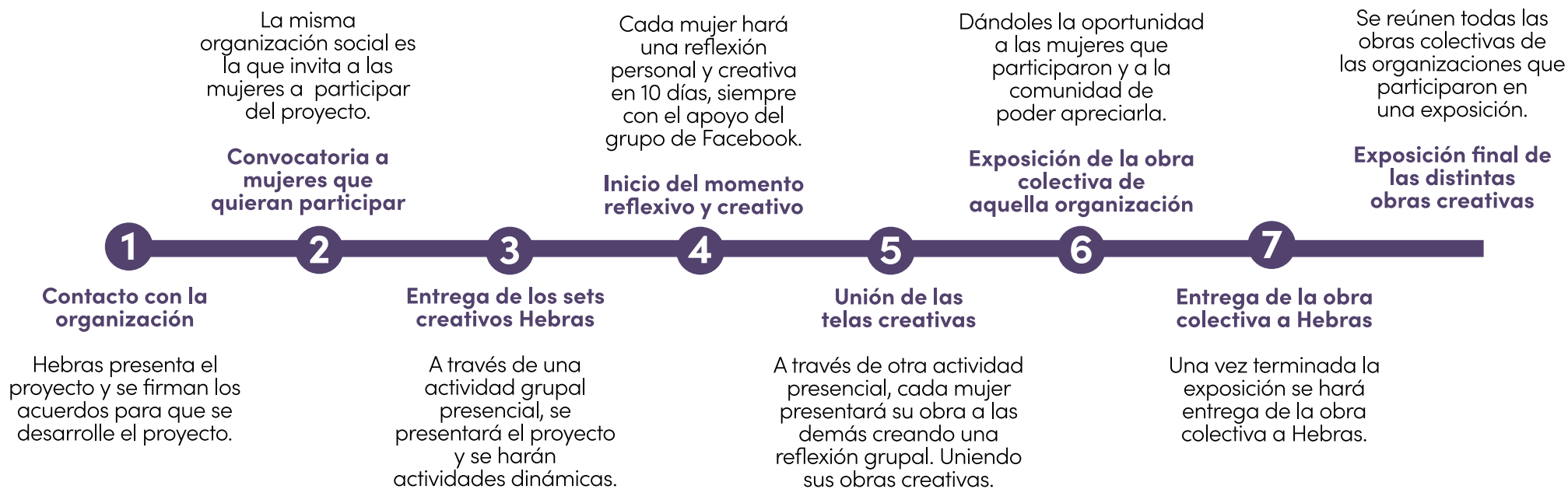
3) Cursos de bordado: Estos pueden servir para poder crear comunidades, dónde se podrán seguir profundizando en los distintos temas a tratar, creando una red sonora en el curso de bordado. También servirá para que la misma mujer pueda adentrarse en la técnica del bordado. Estos cursos pueden hacerse tanto de manera presencial si es posible como de manera online.

4) Libro: También se sugiere la creación de un libro que complementa la exhibición que se vaya a hacer. Mostrando el resultado de las distintas mujeres, sus pensamientos, y las obras colectivas de las distintas agrupaciones de mujeres. La finalidad de este libro, además de exponer el proyecto y sus resultados, tiene como objetivo recaudar fondos para seguir con el proyecto, por medio de la venta de este.



5) Cárceles de mujeres: Hebras siente la necesidad de que todas las mujeres tengan una menopausia digna incluyendo las mujeres privadas de su libertad. Es por esta razón que sentimos la necesidad de expandir nuestro proyecto a cárceles de mujeres con la ayuda de fundaciones como Mujer Levántate (Fundación que apoya a las mujeres en la cárcel) apoyándose en la sección de actividades para las mujeres próximas a salir.

6) Hebras sin pandemia: Uno de los mayores obstáculos que se vivió en este proyecto fue la pandemia, ya que se sintió la necesidad de crear comunidades presenciales de mujeres. Es por esta razón que se propone la experiencia de Hebras adaptada para el futuro sin pandemia como se puede ver en el siguiente esquema.



6.3 Conclusiones

A lo largo de este proyecto, se encontraron con dos realidades, una guiada por el proceso de investigación, de lo que se suponía que la mujer debería vivir durante la menopausia, y la otra dirigida por las vivencias de las mujeres las cuales fueron parte del proceso de este proyecto. Creando una discrepancia entre lo que se suponía que era y lo que realmente es.

La menopausia, junto con otras etapas del ciclo vital de las mujeres, está rodeada de estereotipos y mitos que causan una generalización de la vivencia de esa etapa, siendo que cada mujer la vive de manera diferente, ocasionando miedos e inseguridades. Día a día, cada vez más se puede ver que los tabúes que rodean a las distintas etapas del ciclo vital son más hablados por las mismas mujeres dentro y fuera de sus círculos de confianza. Empoderándose como un conjunto a empezar a alzar la voz respecto a los distintos temas, que la sociedad patriarcal ha inculcado a las mujeres a lo largo de la historia, cómo los estereotipos de género.

Hebras es un proyecto centrado en poder reflexionar y reflejar por medio del bordado las verdaderas vivencias de las mujeres respecto a la menopausia dándoles la libertad y el medio para poder expresar sus verdaderos sentimientos y emociones, y no lo que la sociedad dice que es. Se valora la individualidad de la vivencia, por medio de la reflexión personal, pero al mismo tiempo, queriendo destacar la importancia de la colectividad al poder compartir y aprender de las vivencias de las otras mujeres respecto a esta etapa, creando una obra en conjunto.

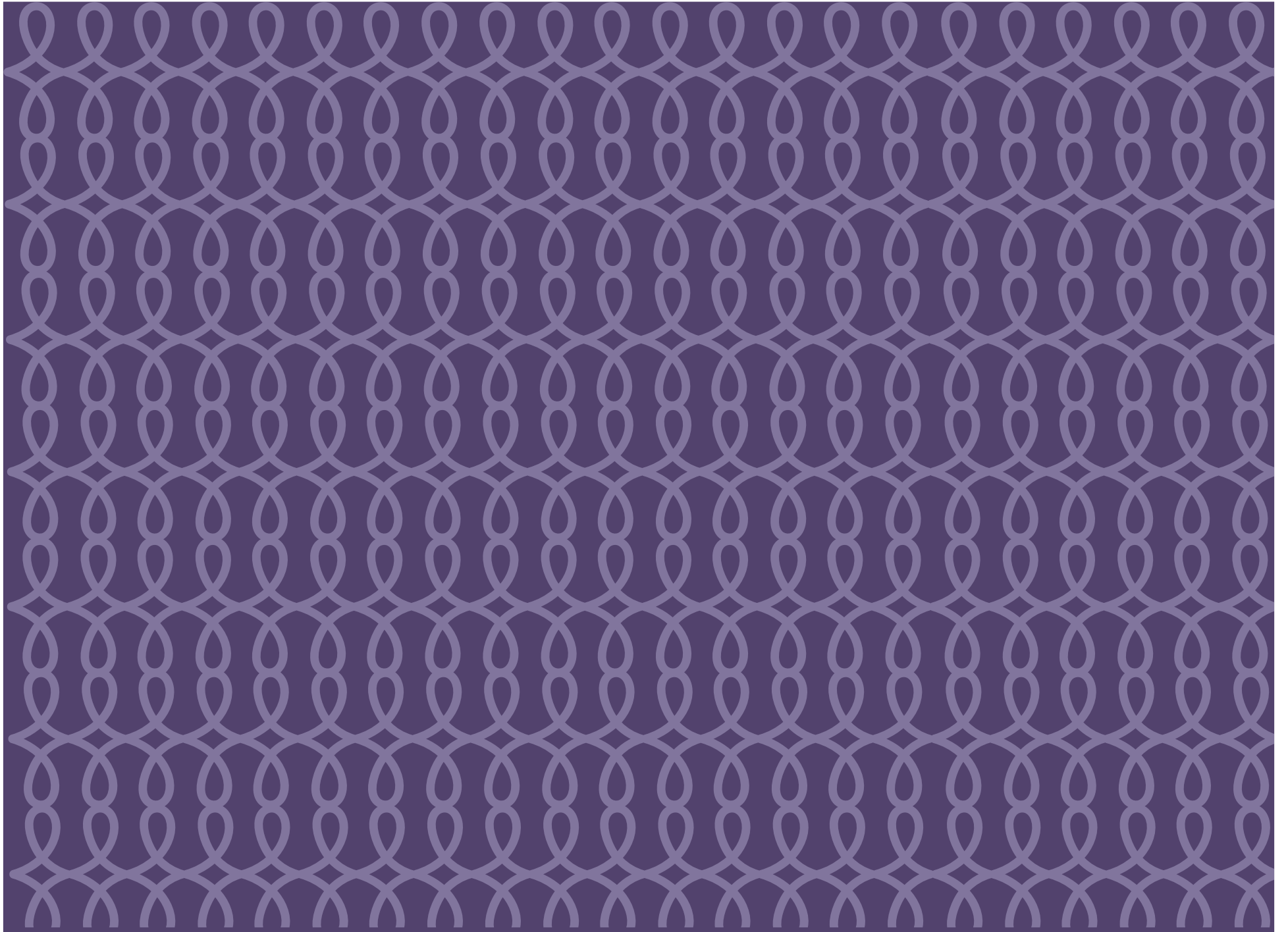
La necesidad de poder expresar lo que realmente estaban sintiendo las mujeres sobre la menopausia salió a la luz durante los procesos de testeó e implementación. Fueron las mismas mujeres que participaron las que vieron esta necesidad de expresarse y desahogarse de lo que estaban realmente sintiendo.

Fue muy motivante el poder estar y hablar con las distintas mujeres que participaron del proyecto. E Ir reflexionando sobre el proceso de la menopausia y las vivencias de cada una de ellas. Fue muy sorprendente y satisfactorio el poder ver los resultados de cada una de ellas a través de sus telas creativas. También cómo a través del bordado, una técnica que no todas sabían cómo aplicarla, retrataron sus emociones y realidades, acompañadas de sus reflexiones, logrando el objetivo del proyecto.

El proyecto de titulación me dio la oportunidad de conocer y poder darle los instrumentos necesarios a aquellas mujeres que participaron, para poder expresarse sobre la menopausia, ya sea participando del conversatorio, encuestas, entrevistas y testeos. A medida que iba progresando en el proyecto se sintió cada vez más la necesidad, que al igual que aquellas mujeres, de alzar mi propia voz, mediante la creación de Hebras, proyecto que aún le falta mucho por desarrollar y espero tener la oportunidad en el futuro de hacerlo.



BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS



7.1 Bibliografía

- Amer, G. (n.d.). About Ghada Amer. Recuperado el 30 de marzo, 2021, de <https://www.ghadaamer.com/about>
- Ana M Muñoz-Muñoz, & M Mar Martínez-Oña. (2019). REPRESENTACIÓN ICONOGRÁFICA DE LAS MUJERES EN LA PUBLICIDAD DE PERFUMES. Signa (Madrid, Spain), (28), 1123-1148.
- Araya Gutiérrez, A., Urrutia Soto, M. T., & Cabieses Valdés, B. (2006). Climaterio y post menopausia: aspectos educativos a considerar según la etapa del periodo. Ciencia y enfermería, 12(1), 19-27.
- Araya, S. (2003). Relaciones sexistas en la educación. Revista de Educación
- Artesanal Tecnológica. (2019). ¿Cómo se ha construido el textil digital testimonial? . Artesanal Tecnológica. <http://artesanaltecnologica.org/wp-content/uploads/2019/09/Textil-digital.pdf>.
- Artesanías de Chile. (2021). Bordado. Recuperado el 30 de marzo, 2021, de <https://artesaniasdechile.cl/oficio-artesano-bordado/>
- Aumente Rivas, M. P. (2010). "La imagen de las mujeres a través de su propia mirada". Creatividad y Sociedad: Revista de la Asociación para la Creatividad 15, 3-28.
- Ayala, T. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. Revista Austral de Ciencias Sociales, (26), 23-48.
- Baeza R., Manuel Antonio (2006). Globalización y homogeneización cultural. Sociedad Hoy, (10),9-24.[fecha de Consulta 14 de Septiembre de 2020]. ISSN: 0717-3512. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=902/90201002>
- Barros-Rodríguez, F. (2020). Los cánones de belleza de la mujer occidental desde una perspectiva de género.
- Baudrillard, Jean (1978). Cultura y simulacro, Barcelona: Kairós.
- BBC News. (2019). "Las Tesis senior": Cómo la broma de hacer una versión para mayores de 40 de "Un violador en tu camino" se convirtió en un multitudinario evento en Chile. Recuperado el 9 de noviembre, 2020, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-50668283>
- BCN. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2017). Reportes Estadísticos 2017 de Santiago Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Recuperado el 25 de noviembre, 2020, de https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/comunas_v.html?anno=2017
- Beltrán, A. J., & Gómez, A. R. (2013). Intergeneracionalidad y multigeneracionalidad en el envejecimiento y la vejez. Tabula Rasa, (18), 303-320.
- Beltrán S., J. (1994). La formación de la mujer cristiana. Traducción y notas, Biblioteca Valenciana.
- Beteta Martín, Y. (2009). "Las heroínas regresan a Ítaca. La construcción de las identidades femeninas a través de la subversión de los mitos". Investigaciones feministas 0, 163-182.
- Beteta Martín, Y. (2014). LA SEXUALIDAD DE LAS BRUJAS. LA DECONSTRUCCIÓN Y SUBVERSIÓN DE LAS REPRESENTACIONES ARTÍSTICAS DE LA BRUJERÍA, LA PERVERSIDAD Y LA CASTRACIÓN FEMENINA EN EL ARTE FEMINISTA DEL SIGO XX.
- Blanca, R. M. (2014). El bordado en lo cotidiano y en el arte contemporáneo: ¿práctica emergente o tradicional?. Revista Feminismos, 2(3).
- Blazquez G., N. (2011). El retorno de las brujas. Incorporación, aportaciones y críticas de las mujeres a la ciencia. Universidad Nacional Autónoma de México. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. Colección debate y reflexión. Recuperado de <http://computo.ceiich.unam.mx/webceiich/docs/libro/El%20retorno%20de%20las%20brujas.pdf>
- Bornay, E. (1990). Las hijas de Lilith. Madrid: Cátedra. (1994). La cabellera femenina. Un diálogo entre poesía y pintura. Madrid: Cátedra.
- Bourdieu, Pierre (1986) Notas provisionales sobre la percepción del cuerpo. En: AA.VV. Materiales de Sociología Crítica. madrid: Ed.la Piqueta pp 183-194.
- Branden, N., & Wolfson, L. (1989). Cómo mejorar su autoestima. Paidós.
- Burin, M. (2012). Género y salud mental: construcción de la subjetividad femenina y masculina
- Canaan, R. (2019). ¿Qué es la Homogeneización Cultural? Recuperado el 05 de noviembre, 2020, de <https://www.lifeder.com/homogeneizacion-cultural/>
- Caudillo, M. R. D., Ortega, L. C., & Arias, M. L. F. (2018). AUTOESTIMA Y FUNCIÓN SEXUAL EN MUJERES EN MENOPAUSIA. JÓVENES EN LA CIENCIA, 4(1), 385-389.
- Castellano Lasa, K. (2010). Internet. Un entorno social para el diálogo. Recuperado el 5 de noviembre, 2020, de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero082/internet-un-entorno-social-para-el-dialogo/>
- Castillo, D. y Menares, V. (2017). Resplandor divino: Una aproximación histórico-técnica a los bordados de la colección textil del Museo Histórico Dominicano. Colecciones Digitales, Subdirección de Investigación DIBAM. <http://www.museodominico.cl/620/w3-article-81135.html>
- Charlton, D. (2004). Climaterio y menopausia, una mirada de género. Enfermería Actual en Costa Rica, 3(6), 1-5.
- CLIMATERIO, D., & APS, R. D. S. Orientaciones técnicas para la atención integral de la mujer en edad de climaterio en el nivel primario de la red de salud (APS)
- Craft BOX . (2021). Craft BOX Empresa. CraftBOX. <https://www.craftbox.cl/la-empresa/>.

- Cruz, J. M. D., & García-Horta, J. B. (2016). Igualdad, Equidad de Género y Feminismo, una mirada histórica a la conquista de los derechos de las mujeres. *Revista CS*, 107-158.
- Contreras, C. S. (2017). El hilo de penélope: Tejer imaginarios femeninos o el tejido como resistencia en tengo miedo torero de pedro lemebel. *Nomadias.Feminista*, (24), 1-13. Retrieved from <http://ezproxy.puc.cl/scholarly-journals/el-hilo-de-penelope-tejer-imaginarios-femeninos-o/docview/2075494634/se-2?accountid=16788>
- DataChile . (2021). Comuna de Puente Alto (Region Metropolitana Santiago). DataChile. <https://es.datachile.io/geo/region-metropolitana-santiago-13/puente-alto-232#demographics>.
- Dazarola Leichtle, G. (2018). Marco Jurídico de las Municipalidades . Biblioteca del Congreso Nacional de Chile . https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/25833/1/GRID_Marco_Juridico_Municipalidades_GD_Def.pdf.
- de Lemus, S., & Expósito, F. (2005). Nuevos retos para la psicología social: Edadismo y perspectiva de género. *Pensamiento Psicológico*, (5), 33-51. Recuperado de <http://ezproxy.puc.cl/docview/214140095?accountid=16788>
- Determinism, Biological. (2021) International Encyclopedia of the Social Sciences. . Recuperado el 15 de abril de Encyclopedia.com: <https://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/determinism-biological>
- Eisler, R. T. (2008). El cáliz y la espada: nuestra historia, nuestro futuro. Cuatro vientos.
- El mostrador. (2020). Movimiento feminista sigue haciendo historia: Dos millones de mujeres marcharon en Santiago y regiones en el 8M. *El Mostrador*. Recuperado de <https://www.elmostrador.cl/destacado/2020/03/08/movimiento-feminista-sigue-haciendo-historia-dos-millones-de-mujeres-marcharon-en-santiago-y-regiones-en-el-8m/>
- Escuela de Medicina UC. (2016). Salud Mental de las mujeres: Un desafío para Chile. Escuela de Medicina . <https://medicina.uc.cl/noticias/salud-mental-de-las-mujeres-un-desafio-para-chile/>.
- Federici, S. (2019). Calibán y la bruja: mujeres, cuerpo y acumulación primitiva. *Traficantes de Sueños*.
- Feliu Albaladejo, Á. y Fernández Poyatos, m. d. (2010). "La mujer en la publicidad: hacia nuevos discursos". En *La representació de gènere a la publicitat del segle XXI: Girona, 25 i 26 de maig de 2009*, s. p. Girona: Universitat de Girona. En <http://r.uia.es/dspace/handle/10045/15822> [09/09/2013].
- Fitte, A. L. (2007). Antropología y construcciones de género: publicidades gráficas y menopausia. *Revista de Ciencias Sociales (CI)*, (19), 41-57
- Frasquet, M. A. (2016). Tirar del hilo: Una aproximación al bordado subversivo. *Revista Son da: Investigación y Docencia en Artes y Letras*, (5), 18-43
- Garrido, B. R. (2018). Prácticas textiles para subvertir los espacios públicos. *Del sufragismo al contra-feminicidio. Dossiers feministes*, (23), 143-168.
- Greenlane. (2019). Determinismo biológico: definición y ejemplos. <https://www.greelane.com/es/ciencia-tecnolog%C3%ADa-matem%C3%A1ticas/ciencias-sociales/biologico-determinism-4585195>.
- Guterl, M.P. (2013). *Seeing Race in Modern America*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press. 15
- Guzmán Martínez, G. (2021). Epistemología Feminista: definición, autoras y principios básicos. <https://psicologiyamente.com/social/epistemologia-feminista>.
- Hanington, B. M., & Martin, B. (2012). Universal methods of design: 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas, and design effective solutions. Beverly, MA: Rockport.
- Haraway, D. (1988). Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective. *Feminist studies*, 14(3), 575-599.
- Ika, T. (2018). Overview of the Field of Positive Body Image. In E. Daniels, M. Gillen, & C. Markey (Eds.), *Body Positive: Understanding and Improving Body Image in Science and Practice* (pp. 6-33). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/9781108297653.002
- In Charge of Change. (n.d.). Recuperado el 29 de octubre, 2020, de <https://redhotmamas.org/>
- INE. (2015). ESTADÍSTICAS DE GÉNERO. Recuperado de https://www.ine.cl/docs/default-source/genero/gu%C3%ADas-y-documentos/documentos/estad%C3%ADsticas-de-g%C3%A9nero-introducci%C3%B3n-conceptual-mayo-2015.pdf?sfvrsn=e172299f_8.
- La Tercera. (2009). El 41% de las chilenas que llega a la menopausia sufre de síntomas severos. *La Tercera*. Recuperado de <https://www.latercera.com/noticia/el-41-de-las-chilenas-que-llega-a-la-menopausia-sufre-de-sintomas-severos/>
- Lagarde, M. (2009). La política feminista de la sororidad. *Mujeres en Red*, el periódico feminista, 11, 1-5.
- La Tercera. (2020). Feminismo en Chile: ¿Quiénes son las mujeres que construyeron el 8M? *La Tercera*. Recuperado el 2020, de <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/feminismo-en-chile-quienes-son-las-mujeres-que-construyeron-el-8m/4JXEAL65EFD3LBPCHHV33G7LM/>
- Lewis, D. C. (2003). Climaterio y menopausia, una mirada de género. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, 4(102), 107-112.
- Luchadoras. (2021). *Nosotras. Luchadoras*. <https://luchadoras.mx/nosotras/>.
- Machado, M. M. (2013). Autoestima. *Revista Sexología y Sociedad*, 1(2).
- Martín, R. M., Padilla, R. M. G., Saavedra, M. P. O., & Barroso, N. S. (2014). Calidad de vida y menopausia: resultados de una intervención psicoeducativa. *NURE investigación: Revista Científica de enfermería*, 11(70), 6.
- Matamala, Isabel (1996). "Las mujeres después de los 40. Una perspectiva de género". *Revista Mujer y Salud. Red de Salud de las Mujeres en Latinoamérica y del Caribe, RSMLAC*. Volumen 4/96, Santiago.
- Matud, M. P. (2004). Autoestima en la mujer: un análisis de su relevancia en la salud. *Avances en psicología latinoamericana*, 22(1), 129-140.

- Memoria Chilena. (2018). Elena Caffarena (1903-2003) - Memoria Chilena Recuperado el 9 de noviembre, 2020, de <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-100606.html>
- Memoria Chilena. (2018). Movimiento Feminista durante la dictadura (1973-1989) - Memoria Chilena. Sacado el 9 de noviembre, 2020, de <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-100703.html>
- Ministerio Secretaría General de Gobierno. (2016). Guía ilustrada para una comunicación sin estereotipos de género. http://archivospresidenciales.archivonacional.cl/uploads/r/archivo-presidencia-de-la-republica/0/0/9/0099abf5a1f16b33d6bdb1f6d86fab499aad33d5e2eff465dd704dba8d6caa0b/CP_GC_5.pdf.
- Ministerio Secretaría General de Gobierno. (2020). Diálogos Ciudadanos: La importancia de escucharnos. Recuperado el 05 de noviembre, 2020, de <https://dos.gob.cl/dialogos-ciudadanos-la-importancia-de-escuchar-a-la-ciudadania/>
- Muñoz, E. (2014). Pensar el cuerpo de las mujeres: Cuerpo, belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista. *Sociedad E Estado*, 29(2), 415-432.
- Murolo, L. (2009). Sobre los estereotipos de belleza creados por el sistema, impuestos por los medios de comunicación y sostenidos por la sociedad. *Question*, 1(22).
- Naciones Unidas. (2021). ACNUDH: Los estereotipos de género y su utilización. ACNUDH | Los estereotipos de género y su utilización. <https://www.ohchr.org/sp/issues/women/wrgs/pages/genderstereotypes.aspx#:~:text=Un%20estereotipo%20de%20g%C3%A9nero%20es,ambos%20desempe%C3%B1an%20o%20deber%C3%ADan%20desempe%C3%B1ar.>
- Nieves Delgado, Abigail, Garcia Deister, Vivette, & Lopez Beltran, Carlos. (2017). De que me ves cara?: Narrativas de herencia, genética e identidad inscritas en la apariencia. *Revista De Antropología Iberoamericana*, 12(3), 313-337.
- Nodal. (2019). Quiénes son Las Tesis, el colectivo feminista chileno que creó "Un violador en tu camino". Recuperado el 9 de noviembre, 2020, de <https://www.nodal.am/2019/12/quienes-son-las-tesis-el-colectivo-feminista-chile-no-que-creo-un-violador-en-tu-camino/>
- No Pausa. (n.d.). Sacado el 29 de octubre, 2020, de <http://www.no-pausa.com/>
- Organización Mundial de la Salud . (2017). OMS | Salud mental. World Health Organization. https://www.who.int/topics/mental_health/es/.
- Oxford. (2020). Autoestima: Definición de Autoestima por Oxford Dictionaries en Lexico.com también significado de Autoestima. Recuperado el 05 de noviembre, 2020, de <https://www.lexico.com/es/definicion/autoestima>
- Palma, F. (2020, July 29). Artistas y creadoras de la U. de Chile se unen y convocan a bordar los nombres de las y los muertos por el COVID-19. Universidad de Chile . <https://www.uchile.cl/noticias/165694/artistas-y-creadoras-convoacan-a-bordar-los-nombres-de-muertos-covid-19>.
- Pereira, M. L. N. (2007). Autoestima: un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo. *Revista Electrónica" Actualidades Investigativas en Educación"*, 7(3), 0.
- Pérez-Bustos, Tania, Tobar-Roa, Victoria, and Márquez-Gutiérrez, Sara. "Etnografías De Los Contactos. Reflexiones Feministas Sobre El Bordado Como Conocimiento." *Antípoda : Revista De Antropología Y Arqueología* 26 (2016): 47-66. Web.
- Pérez-Bustos, T., & Piraquive, A. (2018). Bordando una etnografía: sobre cómo el bordar colectivo afecta la intimidad etnográfica. *Debate Feminista*, 56. <https://doi.org/https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.2018.56.01>
- Pintos, B. M. (2020). Género= Gender. EUNOMÍA. *Revista en Cultura de la Legalidad*, (18), 199-213.
- Puente Mujer . (2015). Oficina de la Mujer . https://www.mpuntealto.cl/descargas/documentos/oficina_mujer_2015.pdf.
- Puentes UC. (n.d.). Puentes UC Quiénes somos. Recuperado el 16 de noviembre, 2020, de <https://puentesuc.cl/descripcion-puentes-uc>
- RAE. (2019). Estereotipo: Diccionario de la lengua española. Recuperado el 05 de septiembre, 2020, de <https://dle.rae.es/estereotipo>
- RAE, . (2020). Bordar: Diccionario de la lengua española. "Diccionario de la lengua española" - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/bordar>.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2020). feminismo: Diccionario de la lengua española. "Diccionario de la lengua española" - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/feminismo>.
- Ricciardelli, L., Caltabiano, M., & D'Antuono, L. (2018). Positive Body Image by Gender and Across the Lifespan. In E. Daniels, M. Gillen, & C. Markey (Eds.), *Body Positive: Understanding and Improving Body Image in Science and Practice* (pp. 34-58). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/9781108297653.003 16
- Ruiz, E. D., & Valdivieso, C. U. (2002). Psicología del ciclo vital: hacia una visión comprensiva de la vida humana. *Revista Latinoamericana de psicología*, 1(1), 17-27.
- Rivera Vargas, E. A. (2005). La autoestima en la mujer: un modelo de desarrollo humano centrado en la persona.
- Rodríguez, M. C., & Figueroa, C. V. (2015). Solidaridad intergeneracional: jóvenes y adultos mayores en estrecha colaboración. *Prospectiva: Revista de Trabajo Social e Intervención Social*, (20), 261-278.
- Safian-Demers, E. (2019). Menotech. Recuperado el 29 de octubre, 2020, de <https://intelligence.wundermanthompson.com/2019/10/menotech/>
- Saleh, F. (2020). La otra pandemia de Puente Alto: los peligros de la pobreza y la indiferencia del Estado en la multiplicación del COVID-19. el mostrador . <https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2020/04/06/la-otra-pandemia-de-puente-alto-los-peligros-de-la-pobreza-y-la-indiferencia-del-estado-en-la-multiplicacion-del-covid-19/>.
- Sanahuja, M. (2018). Erradiquemos la cosificación de las mujeres: Cuerpo sí, cosa no. Recuperado el 6 de octubre, 2020, from <https://catalunyaplural.cat/es/erradique-cosificacion-las-mujeres-cuerpo-cosa-no/>

- Sánchez Salcedo, V. H. (2020). El Body Positive: Una Representación Social del Cuerpo.
- SESENTO, L., LUCIO, R., LARA-GARCÍA, C., YAÑEZ-FLORES, S., HERNÁNDEZ-CUETO, J., SÁNCHEZ-RIVERA, L., ... & ELIZONDO, M. (2018). Afectación en la autoestima de las adolescentes a causa de los estereotipos de belleza como falsa respuesta a una imagen estructurada colectiva Affection in the self-esteem of the adolescents because of the beauty stereotypes as a false response to a structured collective image. *Revista de Pedagogía*, 2(4), 1-13.
- Sepúlveda Garrido, P. (2018). Feminismo chileno vive su revolución más importante en 40 años. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/tendencias/noticia/feminismo-chileno-vive-revolucion-mas-importante-40-anos/172111/>
- Shinoda Bolen, J. (2006). Las diosas de la mujer madura.
- Significados. (2019). Significado de Autoestima. Recuperado el 7 de octubre, 2020, de <https://www.significados.com/autoestima/>
- Significados. (2018). Significado de Ciclo de vida. (2018). Recuperado el 28 de octubre, 2020, de <https://www.significados.com/ciclo-de-vida/>
- Significados. (n.d.). Significado de Patriarcado. (2019). Recuperado el 5 de octubre, 2020, de <https://www.significados.com/patriarcado/>
- Shilling, Chris (1993) *The Body and Social Theory*. great britain: Edit. Sage Publications.
- Stadler, M. (2016). Juana Gómez, Bordando cuerpos: Ciencia Y más. Recuperado el 30 marzo, 2021, de <https://mujeresconciencia.com/2016/09/23/juana-gomez-bordando-cuerpos/#:~:text=Juana%20G%C3%B3mez%20estudi%C3%B3%20arte%20en,la%20fotograf%C3%ADa%20y%20el%20dibujo.&text=En%20este%20caso%20la%20ciencia,tan%20vinculada%20a%20las%20mujeres.>
- Torre, R. D. (2002). Crisis o revaloración de la identidad en la sociedad contemporánea. *Nómaditas* (Bogotá, Colombia), (16), 76-85.
- Torres, A. (n.d.). Autoconcepto: ¿qué es y cómo se forma? Recuperado el 7 de octubre, 2020, de <https://psicologiaymente.com/psicologia/autoconcepto>
- Ty Telles, E. (2017). Multiple Measures of Ethnoracial Classification in Latin America. *Ethnic and Racial Studies*, 40(13): 2340-2346.
- Tylka, T. (2018). Overview of the Field of Positive Body Image. In E. Daniels, M. Gillen, & C. Markey (Eds.), *Body Positive: Understanding and Improving Body Image in Science and Practice* (pp. 6-33). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/9781108297653.002
- Vélez, M. D. C. C. (2009). Mitos y estereotipos sobre la vejez. Propuesta de una concepción realista y tolerante. *Ensayos: Revista de la Facultad de Educación de Albacete*, (24), 87-96.
- Vicente, M. (2018). Menopausia: Síntomas emocionales y efectos psicológicos. Recuperado el 8 de octubre, 2020, de <https://www.psicologia-online.com/menopausia-sintomas-emocionales-y-efectos-psicologicos-3673.html>
- Vives, J. L. (1523). *Instrucción de la mujer cristiana*. Traducción de Juan Justiniano en 1793, España: Imprenta de Don Benito Cano.
- Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L., & Augustus-Horvath, C. L. (2010). "But I like my body": Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body Image*, 7, 106-116. doi:10.1016/j.bodyim.2010.01.001
- Yabur, J. A. (2006). La menopausia puesta al día. *Gaceta Médica de Caracas*, 114(1), 1-12.
- Zancada. (2017). *Bordar: Más que Un ARTE, una Forma Colectiva de expresión política*. Recuperado el 30 de marzo, 2021, de <https://www.zancada.com/bordar-mas-que-un-arte-una-forma-colectiva-de-expresion-politica/#:~:text=En%20el%20Chile%20del%20siglo,de%20mujer%20de%20familia%2C%20preparada>

7.2 Anexos

Dialogo para Grupo de Facebook Hebras

Bienvenidas a Hebras, una experiencia de reflexión emocional y personal sobre la menopausia. En donde podrás utilizar tu potencial creativo, que refleje tu reflexión. En este grupo, podrán compartir y ver las distintas obras creativas que ustedes hicieron junto con la mía.

Hola, me presento, me llamo Alejandra, pero me dicen Lala y como ustedes soy una mujer que vive en una sociedad patriarcal, que se ha dejado llevar por estereotipos y que últimamente siente que es necesario crear instancias de reflexión y de mostrar las verdaderas realidades que viven las mujeres.

Aquí Hebras creo una lista de Spotify con música para reflexionar, si quieren pueden utilizarla para su momento reflexivo.

Cada una de ustedes vive o a vivido de manera distinta la menopausia o si no la han vivido, como se la imagina que es. Esta es la instancia para mostrarnos mutuamente la realidad, para que aprendamos unas de otras.

Nuestras voces pueden expresarse de muchas maneras y una de ellas es la creatividad.

Aquí les dejo algunas plantillas que pueden ocupar, pueden imprimirlas o copiarlas directamente desde la tela. (Subir plantillas)

Se creo una lista de música distinta para el momento creativo que te puede ayudar a motivarte e inspirarte en este momento.

El bordado es una técnica ocupada por mujeres desde hace siglos, siendo vinculanda con estereotipos y trivialidades impuestos por la sociedad patriarcal. Hoy en día la mujer ya no cose para alguien más, sino como un medio de expresión y como algo íntimo. ¿Alguien borda como un hobby? ¿Qué bordan?

Detrás de la actividad del bordado se encuentra un sentido de herencia y colectividad. Uniendo generaciones de mujeres que aprenden unas de otras. Las más sabias enseñan a las más jóvenes.

¿Se acuerdan de su mamá o su abuela bordando?

Aquí les dejo algunas imágenes para inspirar se en su bordado (subir imágenes)

Mitos sobre la menopausia

1) La menopausia es mala

La menopausia no es ni buena ni mala, es una etapa más en la vida de las mujeres. La naturaleza es sabia, y hay muchas razones por la cual la menopausia existe. Las razones son múltiples, genética, sobrevivencia a los embarazos (entre más edad tenga la mujer más riesgoso es un embarazo), nuevas oportunidades, etc.

Reflexión: ¿Cómo fue tu climaterio? o ¿cómo crees que será tu climaterio? ¿Si pudieras ponerle cara a la menopausia, como sería? ¿Buena o mala? ¿Bonita o fea?

2) La menopausia es igual para todas las mujeres

Cada climaterio es distinto, ya que cada mujer tiene características biológicas, contexto sociales y culturales y situaciones en la vida distintas. Puede ser que algunas experimenten cada uno de los síntomas y otras no sientan nada.

Reflexión: ¿Cómo sientes que fue tu experiencia comparado con otras mujeres? ¿Cómo representarías tu menopausia? ¿Que tuvieron en común? ¿Qué fue diferente? ¿Cómo te imaginas estas diferencias?

3) La vida sexual desaparece

Las hormonas si son un elemento esencial en la sexualidad de las mujeres, pero estas no desaparecen a causa de la menopausia, solo cambian. Si bien antes, la sexualidad estaba vinculada con la fertilidad, ahora se ve vinculada exclusivamente con el placer y el estar con el otro.

Reflexión: ¿Cómo sientes que cambió tu vida sexual? o ¿Cómo sientes que cambiará? ¿Qué colores sientes que representan tu sexualidad? ¿Cómo estos colores han ido cambiando a lo largo de tu vida? falta una de la sexualidad

La mujer se vuelve vieja e invisible

4) La sociedad en la que vivimos actualmente si privilegia a todo aquello que es joven, la sociedad quiere vivir en una constante primavera.

Cada mujer reacciona de manera distinta a esto, puede querer pasar desapercibida o si bien llamar la atención.

Reflexión: ¿Por qué sientes que la sociedad valora todo lo joven? ¿Ser vieja es volverse invisible? ¿Cómo representas tu la juven-

tud y la vejez? ¿Qué formas y colores vienen a tu mente?

5) La menopausia es una enfermedad

La menopausia no es una enfermedad, es un proceso natural en el ciclo de vida de las mujeres. Los tratamientos médicos o naturales son para aliviar los síntomas asociados a esta etapa. Si es importante hacerse chequeos para el cáncer de mama y la osteoporosis, ya que es en esta época donde se suelen desarrollar estas enfermedades a causa de la baja hormonal.

Reflexión: ¿Cómo representarías tú este proceso natural por el cual atraviesan las mujeres? ¿Sientes miedo o inseguridad respecto a este proceso? ¿Cuales? ¿Cómo los representarías?

6) Los síntomas nunca se van

Los síntomas de la menopausia son pasajeros, estos no duran toda la vida. El tiempo que durarán dependerá de la mujer, pero estos duran entre 3 a 5 años después de la menopausia.

Reflexión: ¿Cómo describirías estos síntomas?

7) Es la culminación de la madurez emocional

La madurez emocional no se define según la edad, lo que sí se puede apreciar es que el cerebro está siempre en continuo crecimiento. Por otra parte, el cerebro está más cansado a causa de la baja hormonal, pero esto no significa que disminuya el rendimiento cognitivo. Reflexión: ¿Cómo te imaginas tu cerebro? ¿trabajando, haciendo conexiones neuronales, meditando, disfrutando, o otras cosas? ¿Cómo te imaginas que funciona tu cerebro? ¿Cómo lo representarías? ¿Usarías metáforas o te lo imaginas tal cual es?

Infografía de la Mujer y la Menopausia - Elaboración propia



Click en la imagen para verla por completo

