



**COL·LECTIU MATRIA**

**Proyecto de Comunicación Transmedia**



**COL·LECTIU MATRIA**

**Transmedia Communication Project**

Irene Salas Ferrer

Itinerario 2

Modalidad 3

César Fernández Fernández

## Abstract

*Col·lectiu Matria* es un proyecto de comunicación transmedia que tiene como protagonista o eje conductor el ciclo menstrual. Desde la perspectiva de género y una filosofía colaborativa y cooperativa, pretende dar visibilización a la menstruación mediante la unión de diferentes disciplinas y puntos de vista para lograr conformar una aproximación a una realidad común, histórica y biológica. Buscamos esclarecer la situación del concepto de la menstruación en el contexto social español actual más allá de lo que sabemos por experiencia propia, de este modo, podremos valorar en qué estado nos encontramos y focalizar el trabajo para conseguir los objetivos marcados.

Se trata de una propuesta de comunicación transmedia nativa que se expande a diferentes niveles y medios: fotografía, audiovisual, ilustración, textos científicos y demás. De carácter artístico pero también pedagógico y didáctico. Está fundamentado en dos ejes de actuación: una interior y una exterior. Partimos del estudio propio, de nuestro autoconocimiento y de nuestras experiencias para poder tomar acciones hacia el exterior para con el resto de la sociedad. Consideramos que es fundamental ser conscientes de nuestra propia historia vital y de nuestro organismo para poder actuar de una forma más asertiva. Hablamos del eje de actuación exterior para referirnos a las acciones que realizaremos a través del proyecto: actividades como talleres, ciclos y conferencias que trabajen sobre la nutrición antiinflamatoria, los métodos de higiene menstrual, ejercicios corporales beneficiosos centrados en el útero y el equilibrio hormonal, creación de manuales de educación menstrual dirigidos a escuelas de primaria e institutos, realización de proyectos audiovisuales, revistas, *fanzines*; materiales que se emplearán según el contenido que deseamos transmitir para aprovechar los beneficios de los medios que se emplearán para su difusión. De esta manera, desestructuramos los contenidos para favorecer la transmisión de contenidos a diferentes niveles y para diferentes públicos. Del mismo modo, desde la creación de *Col·lectiu Matria*, se han creado plataformas y asentado las bases para dar cabida a la participación del público y que pueda pasar de mero espectador a creador y participante.

Con *Col·lectiu Matria* queremos crear un entorno en el que todas y todos se sientan invitados a participar y compartir sus experiencias, dudas, tabúes y prejuicios. Dando protagonismo pleno a la mujer pero siendo inclusivas y respetuosas para con todas las personas, indiferentemente al género con el que se identifiquen.

*Col·lectiu Matria; Ciclo Menstrual; Proyecto de Comunicación Transmedia; Perspectiva de género; Multimedia; Transmedia; Comunicación.*

## Abstract

*Col·lectiu Matria* is a transmedia communication project that has the menstrual cycle as the main driving axis. From gender perspective and a collaborative and cooperative philosophy, it aims to give visibility to menstruation through the union of different disciplines and points of view to achieve an approximation to a common reality, bounded to our history and biology. We seek to clarify the situation of the menstruation or period concept in the current Spanish social context beyond what we know from our own experience. In this way, we can assess in which state we are and focus the work to achieve the goals set.

It is a proposal of native transmedia that expands to different levels and means: photography, audiovisual, illustration, scientific texts and others. Artistic but also pedagogical and didactic. It's based on two action axes: an internal one and another external. We start with our own study, our self-knowledge and our experiences in order to take actions abroad towards the rest of society. We consider that is fundamental to be aware of our own vital story and our organism in order to act in a more assertive way. We talk about the external action axis to refer the actions we will carry out through the project: activities such as workshops, cycles and conferences that work on noninflammatory aliments, menstrual hygiene methods, body exercises focused on the uterus and hormonal balance, creation of menstrual education manuals for primary schools and high schools, audiovisual projects, magazines and different materials that will be used for it's dissemination. In this way, we fractured the content to favor the transmission of the products at different levels to several audiences. In the same way, since *Col·lectiu Matria* was born, we created platforms for the participation of the public. Our intention is that they can pass from spectators to creators.

With *Col·lectiu Matria* we want to create an environment in which everyone feel invited to participate and they would feel comfortable sharing their experiences, doubts, taboos and prejudices. Giving full prominence to women but being inclusive and respectful to all people, regardless of the gender which they identify.

*Col·lectiu Matria; Menstrual Cycle; Transmedia Communication Project; Gender Studies; Multimedia, Transmedia, Communication.*

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| 1. Introducción.....                              | 5  |
| 1.1 Pero ¿Qué es Matria?.....                     | 5  |
| 1.2 Col·lectiu Matria.....                        | 8  |
| 2. Proyecto de Comunicación Transmedia.....       | 10 |
| 2.1 Web Site.....                                 | 14 |
| 2.2 Referentes Transmedia.....                    | 19 |
| 3. Financiación y distribución del producto.....  | 22 |
| 3.1 Estrategia de difusión de redes.....          | 24 |
| 3.1.1 Propuestas de Gamificación.....             | 26 |
| 4. Plan de trabajo. Cronograma.....               | 27 |
| 5. Memoria de Producción.....                     | 28 |
| 5.1 Fase 1.....                                   | 29 |
| 5.1.1 ¿Como surgió la idea?.....                  | 29 |
| 5.1.2 Contenidos de Flujo de Vida.....            | 31 |
| 5.2 Fase 2.....                                   | 34 |
| 5.2.1 Relatos Menstruales.....                    | 34 |
| 5.3 Fase 3.....                                   | 39 |
| 5.4 Desarrollo Futuro o Fase 4.....               | 42 |
| 6. Conclusiones.....                              | 42 |
| 7. Referencias documentales y bibliográficas..... | 43 |
| 7.1 Webgrafía.....                                | 45 |

## INDEX

|  |    |
|--|----|
| 1. Introduction.....                               | 5  |
| 1.1 But, What is Matria?.....                      | 5  |
| 1.2 Col·lectiu Matria.....                         | 8  |
| 2. Transmedia Communication Project.....           | 10 |
| 2.1 Web Site.....                                  | 14 |
| 2.1 Transmedia References.....                     | 19 |
| 3. Finantiation and Distribution.....              | 22 |
| 3.1 Media Strategy.....                            | 24 |
| 3.1.1 Gaming Proposals.....                        | 26 |
| 4. Work Planning. Cronogram.....                   | 27 |
| 5. Production Memories.....                        | 28 |
| 5.1 Fase 1.....                                    | 29 |
| 5.1.1 ¿How the idea came out?.....                 | 29 |
| 5.1.2 Flujo de Vida contents.....                  | 31 |
| 5.2 Fase 2.....                                    | 34 |
| 5.2.1 Relatos Menstruales.....                     | 34 |
| 5.3 Fase 3.....                                    | 39 |
| 5.4 Future Work or Fase 4.....                     | 42 |
| 6. Conclusions.....                                | 42 |
| 7. Bibliographical and documentary references..... | 43 |
| 7.1 Webgraphy.....                                 | 45 |

## 1. Introducción

*Col·lectiu Matria* nace del dolor. Nace de las contracciones de la vida donde nunca sabes cuanto van a durar los malos momentos y respiras los buenos por si duran instantes. Pero sabes que por más pesar que sientas, sabes a ciencia cierta que pasará, pasará y todo volverá a estar en calma, con la pausada y confortable rutina del que prevé el temporal y se prepara con antelación.

Siempre pensamos, las mujeres, que las vicisitudes con la regla son nuestras y de nadie más. Nos los llamamos o lo comentamos de pasada como si fuera normal. En realidad es cierto que es habitual, o así es como se han establecido las cosas. Como si fuera tan normal quedarte postrada en la cama durante horas porque si te levantas te vas a desmayar por la intensidad de las contracciones. Es una rutina que hemos asimilado de una forma férrea. Pero normal no quiere decir que deba serlo, no significa que sea lo correcto, que sea la costumbre no quiere decir que se deba perpetuar. *Col·lectiu Matria*, ha nacido de este punto concreto de mi vida, en el que me empecé a plantear los motivos de esta ocultación. Nació de cierta rabia ahogada que me llenaba cada vez que tenía que continuar con mis obligaciones, sobre todo laborales, cuando si hubiera podido elegir no habría salido de la cama. Porque esos días, por más intentos que haga, sé que van a ser realmente malos.

Llevaba un tiempo reflexionando sobre mi comportamiento emocional, después de una etapa bastante crítica y descontrolada, cuando empecé a plantearme plasmar de alguna forma esta fluctuación de emociones. Por un lado, como he mencionado, siempre he sufrido fuertes dolores durante la regla, así que siempre me planteaba cómo era posible que todas las mujeres que soportábamos (muchas de forma estoica) tanto sufrimiento no tuviéramos opciones a mejorar sin pasar por las habituales soluciones medicas con fines económicos sabidos. La otra, no era nada definido, simplemente me atraía la idea de realizar retratos a diario para ver qué cambios se podían observar, Como bien es sabido, los “eureka” aparecen cuando estás en la bañera, aunque en este caso fue durante el ComLoc 2017, ahí ambos conceptos confluyeron en los ciclo-retratos. Ahora forman parte de los contenidos, siendo muestra de la evolución que ha sufrido el proyecto desde febrero , cuando se empezó a formular el presente proyecto de comunicación.

Es importante señalar este inicio puesto que *Col·lectiu Matria* nació dentro de la asignatura de Creación de Proyectos Fotográficos del propio Máster, bajo la tutela de Marta Martín. Tras presentar el primer concepto del proyecto se decidió seguir desarrollándolo a lo largo del Máster debido a la naturaleza del mismo para aprovechar el tiempo en la producción de los contenidos. Por eso mismo se decidió trabajar en tres fases de creación: 1ª fase-fotografía; 2ª fase-audiovisual; 3ª fase: multimedia, que se explicarán más adelante junto con la memoria del nacimiento del proyecto.

### 1.1 Pero ¿Qué es *Matria*?

Dice Alicia Domínguez, psicóloga perinatal y doula por la salud primal, que la matria es el tejido en el que crece nuestra identidad y nuestra cultura. En Latinoamérica son numerosas las luchas por reivindicar los derechos de las mujeres. Las mapuche, una

de las tribus aborígenes más conocidas de Chile, hacen hincapié dentro de la lucha por el reconocimiento de la "matria" mapuche:

"La reivindicación por los derechos, la justicia, la equidad y el respeto que se exige empieza por casa. Se habla de reconstruir la "patria" Mapuche y ¿quién dice que debe ser patria que significa lo que es del pater/padre? El seno de nuestra existencia es la Mapu Ñuke, la madre tierra, nuestra MATRIA y nuestro espacio físico es el wallmapu.

Una importante líder indígena en Bolivia (Leonida Zurita) señalaba: "si los varones están derramando sangre, y si las mujeres, al dar a luz, también derramamos sangre con dolores muy fuertes, ¿por qué no podemos organizarnos y pelear juntos, hombres y mujeres? Esa idea ha sido muy grande. Pues la mujer mapuche hace mucho tiempo viene peleando en igualdad de condiciones en los diversos frentes, en las comunicaciones, en la política, en las calles, en los campos y muchas veces con mucho más peso a cuesta: Ser mujer, ser mapuche y ser familia." (Marín, 2015:13-59).

Este neologismo también ha sido empleado en la literatura por muchas autoras y escritores como Virginia Woolf, Miguel de Unamuno o Jorge Luis Borges con diferentes acepciones pero con cierta reminiscencia a un mismo significado: la metáfora de la madre naturaleza y la creación de un espacio igualitario para la comunidad alejándolo del concepto aguerrido de Patria y sus derivados.

Es interesante el desarrollo de este concepto que ejecuta Julia Kristeva desde las reflexiones y ensayos de Woolf - una de las caras del feminismo de la Primera Ola tras la identificación de la literatura realizada hasta la fecha como machista, destacada en el sentido que nos interesa por su ensayo "Un cuarto propio"- . Una introduciendo una acción reivindicativa y la otra reinterpretando sus textos y palabras, presentan la *matria* como un espacio en el que ser y existir, "un cuarto propio" mental y emocional donde la mujer se desata de las obligaciones sociales heredadas de las sociedades patriarcales y toma consciencia de sí misma como ser no subyugado a condicionantes sociales. También dijo Virginia Woolf: " *Como mujer, yo no tengo Patria* ". Influenciado la tesis de Ileana Fuentes que trata en uno de sus ensayos el concepto de *Matria* frente a una Patria demasiado relacionada con las guerras, los nacionalismos y la violencia ligada a las masculinidades más arcaicas, en este caso aplicado a su contexto histórico-social del post-colonialismo cubano.

"Patria, claro está, se deriva de pater; el término a su vez codifica política, cultural y socialmente una suerte de realidades poderosas, unisexuales y excluyentes, como son: patriarcado, patriarcas, patrimonio, patricios, patriota, patriotismo, próceres.

[...] Después de mucho analizarlo, negarlo, pensarlo y negarlo un poco más, después de mucho asombro, de mucha comparación y análisis, llego a la conclusión de que Patria es una parte esencial de nuestro problema nacional. Partamos de la premisa que "Patria" es la combinación de dos elementos inseparables: nación y país, o sea, pueblo y territorio. [...] Las mujeres somos, y voy parafrasear a Julia

Kristeva, los primeros exilados. Como mujeres expatriadas, nuestro exilio es doble; para las feministas es triple. Somos, en esto modifíco con mi óptica de género la tesis del "guión" de mi amigo Pérez-Firmat, las primeras habitantes del guión. En el guión esquizofrénico también han habitado por siglos todos los miembros de la "otredad". (Fuentes, 1997:14).

En el terreno práctico miramos a Iberoamérica donde se han formado varios proyectos llamados *Matria*, cada uno con sus respectivas variantes tanto en el nombre completo del proyecto como en la identidad visual del mismo. Queremos resaltar estos proyectos, no como competencia sino como proyectos afines con los que se podría llegar a colaborar puesto que se mantienen objetivos comunes. En los casos que se nombrarán a continuación se mantiene la misma idea base: luchar por la igualdad entre géneros; crear espacios, plataformas y acciones para proteger e impulsar tanto a la mujer como a todas las personas en riesgo de exclusión social; manifestar la indignación por las continuas discriminaciones y asesinatos de género.

Así pues, en Buenos Aires encontramos *Matria* con *@vivalamatria*, plataforma de activismo social con el que compartimos la intención colaborativa y transmedia. En Puerto Rico podemos acercarnos a la dura realidad de las víctimas de la violencia doméstica con *Proyecto Matria*, uno de los más antiguos que se lleva desarrollando desde 2004:

#### Misión

Apoyar el desarrollo y autosuficiencia de las mujeres de Puerto Rico mediante el ofrecimiento de alternativas de vivienda y servicios integrales en áreas como la educación, el apoyo psicosocial, la incubación de microempresas y el ofrecimiento de servicios de microcréditos, para que éstas superen situaciones de violencia y discriminación por razón de género y puedan ejercer su derecho a una vida libre de violencia y plena de logros individuales.

Empleando la música como herramienta de lucha social se creó en Chile *Fonda La Matria*<sup>1</sup> dentro de las fiestas nacionales que tienen muchísimo peso social. Tras todas estas lecturas del concepto *Matria*, todavía bastante poco tratado pero que parece empezar a tomar fuerza o al menos más simbología, se escogió como nombre para el proyecto planteado. Nuestro añadido, nuestro matiz sería la palabra *Col·lectiu*, como palabra diferenciadora y como promesa de camino a seguir. Para nosotras *Col·lectiu* es la representación de la forma de trabajo colaborativa que en un futuro se consolidará formalmente en un colectivo oficial. Es una promesa de traducir toda la línea de trabajo, ahora en castellano, al valenciano. Porque nuestra *matria*, nuestra cultura, corazón es la tierra levantina.

---

1 Información extraída de la noticia de El Ciudadano el 12 de septiembre de 2017:  
<http://www.elciudadano.cl/tendencias/la-matria-fonda-feminista-para-conmemorar-a-las-mujeres-de-la-historia-chilena/09/12/>

Por eso mantenemos *Matria* como concepto fundamental de la identidad del proyecto, para que se sume a los activismos anteriormente mencionados, esta vez establecidos en España. Así pues, el proyecto de comunicación transmedia que se presenta está construido en dos vías de acción: una social y una de profesionalización comunicativa.

## 1.2 Col·lectiu Matria

*Col·lectiu Matria* es un proyecto cooperativo en el que colaboran diferentes mujeres y esperamos que se unan muchas más. Formado por un equipo multidisciplinar conformado por comunicadoras, artistas, psicólogas y doulas. Nos alejamos del concepto de patria para volver al origen, al nacimiento del ser humano, para buscar el vínculo afectivo con la naturaleza de quienes somos. Las mujeres no solo somos madres de otras y otros. Nuestra naturaleza procreadora nos hace madres de ideas y madres de nosotras mismas. Renacemos cada ciclo y vemos la necesidad de un renacer colectivo para reformular viejas estructuras y demandar derechos y privilegios respetuosos con nuestro ser. Porque no podemos construir nuestra verdadera identidad en una sociedad patriarcal.

Este proyecto nace con el objetivo de volver a alzar la voz para visibilizar el ciclo menstrual. No solo queremos seguir transgrediendo el tabú al que está sometida la regla, si no mostrar que las mujeres somos cíclicas y que nuestro periodo no solo dura una semana. Fluctuamos por diferentes fases cada ciclo completo, por la regulación de las hormonas implicadas, por los factores externos de nuestra vida y por la singularidad de nuestro propio ser. Es lo que nos aporta nuestra identidad y lo que nos conecta con nuestro alrededor. Sin embargo, la estructura social imperante nos empuja a reprimir nuestra naturaleza y a desconectarnos de nuestro organismo para cumplir con los estándares del hombre blanco occidental, alterando nuestro cuerpo y normalizando nuestro dolor físico y emocional.

Nuestra propuesta es volver a mirar hacia el interior, estudiarnos y re-entendernos, porque entendiendo como somos y como funcionamos podremos seguir avanzando por nosotras y por el resto del mundo. Desde una perspectiva de género, interdisciplinar y reivindicativa, está enfocado tanto a explorar las emociones y la psique de la mujer durante todo un ciclo completo como a analizar el punto social en el que nos encontramos, en el que se encontraban nuestras madres y abuelas con el fin de mejorar la situación de las futuras generaciones.

Está construido no solo por y para las mujeres, también va dirigido a los hombres y a los que no se identifican con ningún género binario. Tanto a las nuevas masculinidades como a las antiguas, a los comprensivos y a los que no entienden e ignoran. Queremos crear un espacio en el que se sientan invitados a entrar y ofrecer sus puntos de vista, porque el ciclo menstrual no solo es cosa de mujeres, nos afecta a todas y todos. Es un pilar intrínseco para el funcionamiento del orden natural.

*Col·lectiu Matria* parte de la narración del ciclo menstrual de cinco mujeres, cinco narraciones diferentes que cuentan una historia universal. El proyecto se estructura en



tres fases de creación: fotográfica, audiovisual y multimedia. En cada una se han generado y se seguirán produciendo diferentes piezas y productos que conformarán los diferentes niveles de profundidad e interacción en la narración. Trabajando de una forma no lineal, por lo que las fases presentadas se retroalimentan entre ellas y el resto de elementos planteados.

Los objetivos que buscamos lograr son:

- Realizar un proceso de redescubrimiento y estudio del ciclo menstrual.
- Visibilizar el ciclo menstrual, tanto el sangrado como el resto de fases.
- Primar la importancia de la mujer en la sociedad y los procesos antinaturales a los que la someten.
- Llamar la atención para que se desarrollen más investigaciones al respecto.
- Fomentar la educación menstruales desde edades tempranas.
- Tender puentes para tratar temáticas relacionadas con el cuerpo de la mujer que son ocultadas, tales como la sexualidad tras la menopausia.

Uno de los motivos por los que se empezó este proyecto era traducir un mensaje que estaba ocultado por el ruido de la desinformación y la negación a un lenguaje sencillo y no agresivo para llegar a todas las personas. Al fin y al cabo se trata de un producto comunicativo, eso es lo que hacemos, saber transmitir de forma idónea al resto de la sociedad.

Además de llegar a los dos tipos de público y estar presentes en todos los canales de difusión posibles, otro de los pilares fundamentales que queremos desarrollar es llegar a las escuelas. Tras detectar que la, ya de por sí pobre educación menstrual, venía acompañada por panfletos y muestras patrocinadas por las grandes empresas de higiene menstrual (nada positivas para el organismo femenino) tenemos el objetivo de crear manuales de educación menstrual libres de corporativismos, que expliquen desde diferentes puntos de vista la menstruación, cómo funciona, qué es y qué se puede usar como método de higiene. Sin ningún interés por adoctrinar, solo presentar la información acompañado de una charla y taller para que sean ellas las que tomen la decisión que quieran y ellos no usen la menstruación como una herramienta de mofa o burla. Queremos ayudar a que las próximas generaciones sean más comprensivas consigo mismas, con los demás y con su alrededor.

## 2. Proyecto de Comunicación Transmedia

Explica Carmen Costa, basada en Jenkins (2003), Dena (2009) y Dinehart (2006), que los productos transmedia nativos están formados por diversos contenidos adecuados a las múltiples plataformas en las que se van a anidar. Todos ellos contruidos pensando en un elemento cohesionador pero permitiendo que existan como elementos consumibles independientes. Además, cada contenido se piensa en contenido y forma, aprovechando los recursos y posibilidades que cada medio ofrece y afinando cada canal de difusión para llegar al público objetivo deseado:

Otras características de las narraciones transmedia son las siguientes: Un mayor nivel de profundidad que una narrativa lineal, de manera que la complejidad de la historia y su grado de sofisticación sean también más elevados (Jenkins, 2003).

La existencia de múltiples soportes implica la creación de contenidos específicos para cada uno de ellos, buscando una experiencia satisfactoria para el usuario por medio de cada contenido y plataforma. De acuerdo a la definición de la *Producer's Guild of America*, un proyecto transmedia debe componerse al menos de tres *storylines* pertenecientes al mismo universo ficcional que se desarrollarán por medio de diferentes plataformas (cine, tv, publicaciones, cómics, animación, móviles...). (Costa, 2013:261-274).

Como también cita Josep Maria Catalá, en referencia al género documental del proyecto:

En este punto, le aguarda a la forma documental una nueva articulación que es el resultado de sumar a las capas acumuladas en el cómic documental un factor proveniente de las transformaciones cinematográficas. Se trata del denominado web-documental, con el que se penetra en el ámbito del multimedia. Si el cómic documental era básicamente post-fotográfico, el web-documental es post-cinematográfico, aunque en su estructura confluyan multitud de medios en sus formas post-clásicas. Fotografía, cinematografía, texto, pintura, dibujo, cómic, animación, sonido, etc., componen en los web-documentales una arquitectura dominada por factores imaginarios que se superponen, sobre todo a través de una movilidad generalizada, a los puramente visuales que habían dominado el eje formado por la pre-fotografía, la fotografía y la post-fotografía. (2011:43-62).

Siguiendo estas bases que nos aproximan al concepto transmedia, enfocado al género post-documental o cine de lo real en su vertiente audiovisual, se empezaron a desarrollar los contenidos de *Col·lectiu Matria*. Sabiendo que el proyecto podía adquirir dimensiones, a priori, inabarcables, se estructuró en tres fases. Más adelante incidiremos en el desarrollo de cada una a nivel de realización.

No se quería perder de vista los dos tipos de públicos que a groso modo nos podíamos encontrar, el público online y el público analógico. Por eso se han creado todos los contenidos para que no solo se puedan consumir en el plano digital sino que se ha buscado vías de difusión físicas, como por ejemplo, la elaboración de un programa de contenidos: charlas, conferencias, talleres didácticos, exposiciones, etc. para realizar unas Jornadas de tres días donde la gente no solo podrá participar y atender a las charlas sino participar y ser parte del *Col·lectiu* para seguir creciendo. Porque más allá de la forma que se le ha dado al proyecto, el objetivo fundamental es que se hable y se de voz a las que no la tienen.

Se empezó por el desarrollo de las series fotográficas, unida por la misma temática: la unión entre la regla como proceso fisiológico del organismo femenino y el estado mental y emocional que genera en nosotras y los demás. El punto fuerte de esta fase eran los ciclo-retratos, una propuesta de ejercicio de autodescubrimiento y reconocimiento que consiste en realizarse una fotografía diaria junto a unas pequeñas anotaciones del estado físico y emocional de la sujeto, separando los factores externos y los internos. Si el proyecto se empezó a desarrollar en febrero, este ejercicio se mantuvo hasta abril y mayo en algunos casos, es decir, durante más de un ciclo menstrual, por interés propio de las voluntarias. Cada una de las series planteadas no conforman una colección en sí misma, sino que son series independientes que plantean temáticas relacionadas con la menstruación desde una visión artística con el objetivo de seguir desarrollando los temas a través de otros medios más idóneos (foro, blog, audiovisual, charlas...). Son cuatro puertas abiertas.

La segunda fase, la audiovisual, se empezó continuando con la primera de una manera orgánica. La idea era que, una vez las participantes hubieran finalizado sus ciclo-retratos, mantuvieran una charla entre ellas. De este momento nació *La Reunión*, donde todas ellas hablan, en una suerte de representación o espejo del resto de mujeres, de algunos de los temas ya planteados en la fase fotográfica y los amplían abarcando más terreno (porque hay mucho de lo que hablar). Aquí se presentan a los personajes secundarios: *Las primeras matris*. Las primeras participantes e integradoras del *Col·lectiu* son personajes que también han sido empleados como ganchos para saltar de un contenido a otro, puesto que muchas de ellas aparecen en todas las fases de desarrollo, en todos los contenidos. En *Relatos Menstruales*, el resultado de esta segunda fase audiovisual, se han desarrollado tres grupos de contenidos: cine de lo real<sup>2</sup>, ficción y videoarte.

A continuación se muestran unas tablas con los contenidos del proyecto, una general y dos específicas de cada fase:

---

2 Empleo el concepto de Josep Maria Català puesto que considero que todo el proyecto en sí es de carácter documental, por eso para hablar específicamente de la pieza "documental" audiovisual menciono este término.

| CONTENIDOS        |                                      |                            |                               |
|-------------------|--------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| FOTOGRAFÍA        | AUDIOVISUAL                          | MULTIMEDIA                 | OFFLINE (contenidos futuros)  |
| Asanas Cíclicas   | Voces (piezas documentales)          | Web Site (plataforma base) | Manual de educación menstrual |
| Lo Público        | La Reunión (Charla-Entrevista)       | Redes Sociales             | Teatro y Performance          |
| Puntos Sensibles  | En Incómodas Mensualidades (Ficción) | Blog                       | Action Painting               |
| Ciclos y Retratos | Mensua (Videoarte)                   | Foro de debate             | Talleres didácticos           |
| Flujo de Vida     | Relatos Menstruales                  | collectiumatria            | Jornadas                      |

| FASE FOTOGRÁFICA - Flujo de Vida |                            |  |                                     |
|----------------------------------|----------------------------|--|-------------------------------------|
| Nombre de la serie               | Nº de fotografías editadas | Temática   | Clasificación Web                   |
| <b>Asanas Cíclicas</b>           | 16                         | El yoga como práctica beneficiosa para el cuerpo de la mujer.  | Corporalidades                      |
| <b>Lo Público</b>                | 16                         | Situación social de la mujer y la menstruación en la sociedad. | Espacio público/<br>Espacio Privado |
| <b>Puntos Sensibles</b>          | 8                          | Dolores durante el Síndrome Premenstrual (SPM).                | Dolores Menstruales                 |
| <b>Ciclos y Retratos</b>         | 96                         | Práctica de auto estudio durante varios ciclos completos.      | Ciclo-Retratos                      |

Hacia el final de la segunda fase era necesario englobar todo el proyecto en una plataforma base, la idea de la tercera fase era plantar los cimientos para generar un futuro WebDoc o documental interactivo que incluyera una aplicación para móvil y tablets. Pero como se ha mencionado antes, era necesario ser prácticas y asertivas. Así que confluyendo esta última fase con la etapa final del Máster, se decidió elaborar una página web que integrara todos estos elementos, los que se explicarán más adelante y los que vendrán. De una manera dinámica, clara, que fuera sencillo en

términos de uso y que pudiera ofrecer múltiples opciones para mejorar de cara a la presentación oficial de *Col·lectiu Matria*.

| <b>FASE AUDIOVISUAL - Relatos Menstruales</b> |                                  |   |   |
|---|----------------------------------|---|---|
| Nombre de la sección                          | Nº de videos y audios publicados | Temática  | Categorías Web  |
| Voces : Menarquías + Conversaciones           | 4+2                              | Las Matrias narran su primera menstruación + hablan con sus madres y novios para ver el punto de vista intergeneracional y conocer la visión masculina. | Voces+Menarquías +Menopausias+Conversaciones.   |
| La Reunión                                    | 7                                | Las Materias hablan entre ellas sobre la regla como tabú social, productos de higiene, dolores y deseos de futuro.                                      | La Reunión + Todas las categorías.  |
| En Incómodas Mensualidades                    | 1                                | Presentación del teaser de la sección de ficción, formada por micro cortos/ episodios que traten temas incómodos o peliagudos sobre la menstruación.    | En incómodas mensualidades + el tema específico del episodio, como el sexo durante la menstruación. |
| Mensua  | 1                                | Visión artística de la menstruación.  | Mensua.   |

| <b>FASE MULTIMEDIA - Web Site</b> |                                |                             |                             |                                  |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| Publicaciones                     | Nº publicación es y total web. | Total de imágenes y videos. | Total contenido fotográfico | Total contenido audiovisual.     |
| <b>Páginas</b>                    | 9                              |                             |                             |                                  |
| <b>Portfolio</b>                  | 10                             |                             |                             |                                  |
| <b>Entradas</b>                   | 8                              |                             |                             |                                  |
|                                   | 27 páginas                     | 339 elementos.              | 128 fotografías editadas.   | 14 videos (96 minutos en total). |

## 2.1 Web Site

La página web es el elemento unificador de todo el proyecto. Donde se centran la mayoría de contenidos, donde se desarrollarán los foros de debate, el blog y se presenta el proyecto en sí mismo. Además de servir como medio de contacto. Se ha diseñado siguiendo una plantilla profesional, remodelada específicamente, de Wordpress; así como la compra del dominio propio: *collectiumatria.com*.

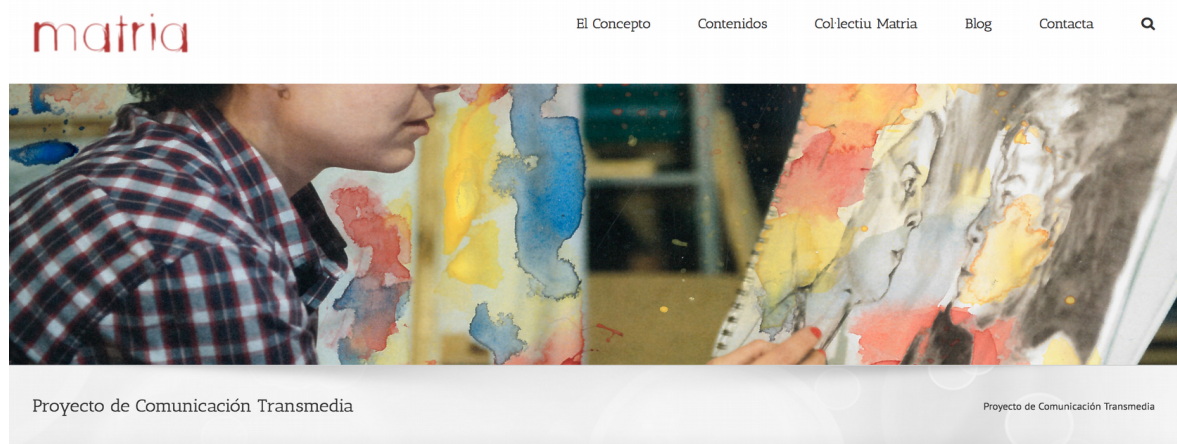
Se ha intentado aplicar los conceptos de usabilidad y accesibilidad planteados por Jakob Nielsen. Diseñando una web según la tendencia de estilo actual, con un menú de navegación superior horizontal, el color de la tipografía estándar usada en gris oscuro para mejorar la lectura puesto que no presenta tanto contraste como el negro habitual, con los textos no demasiado extensos y combinados con imágenes. Del mismo modo, con un diseño *responsive* o adaptativo que mejora la visualización de la página según el dispositivo de consumo elegido: ordenador, móvil o tablet :

Responsive Web Design (RWD de ahora en adelante) comprende una serie de técnicas y pautas de diseño que permiten adaptar sitios web al entorno de navegación del usuario, entendiendo como entorno de navegación la multiplicidad de dispositivos, móviles o no, por medio de los cuales los usuarios pueden acceder y navegar en internet. Este concepto surge en el año 2010 de la mano del diseñador web norteamericano Ethan Marcotte (Marcotte, 2010, 2011), sin embargo los orígenes se remontan al surgimiento y atomización de los dispositivos móviles. En el año 2008 el consorcio internacional W3C, que da difusión a pautas, recomendaciones y buenas prácticas para el diseño y mantenimiento de páginas web, planteaba una serie de recomendaciones específicas para la web en móvil, utilizando el nombre de "One Web"<sup>9</sup>, definiendo el camino al que debería apuntar el diseño web para múltiples dispositivos. "One web" se refería a la creación de una web para todos englobando contenidos, experiencia de usuario y accesibilidad a todos los dispositivos disponibles en el mercado (desktop, tabletas, smartphones, consolas...). (González y Marcos, 2013)

Se ha abogado por un diseño sencillo que no recargara demasiado la página, para facilitar la visión de la diversidad de imágenes y texto que contiene. Las usuarias y usuarios pueden navegar por la web de varias maneras. Pueden acceder a los contenidos a través del menú horizontal superior; navegar de un contenido a otro de forma libre o seguir las invitaciones a contenidos relacionados al final de cada página.

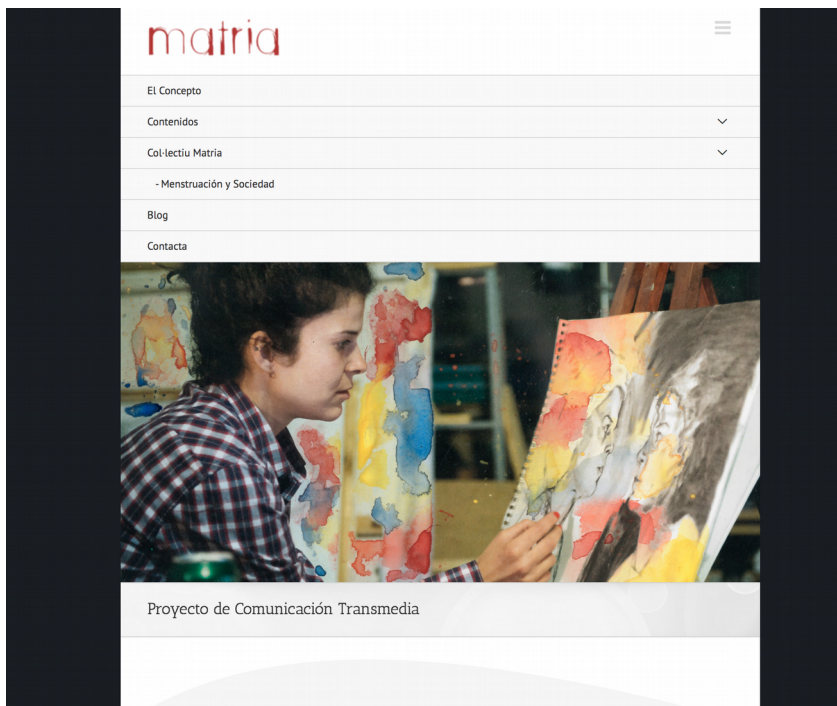
También tiene una navegación hipermedia a través de los links que aparecen en los textos cuando se referencian y mencionan otras partes de la web junto con pequeños detalles como enlaces directos a un diccionario online para acceder rápidamente a conceptos cuyo significado se podría desconocer. Además, en la sección *Col·lectiu Matria* está todo el portfolio de contenidos fotográficos y audiovisuales con un breve resumen para poder acceder a cada uno de forma individualizada. La intencionalidad de las variadas formas de navegación es que el público tenga la opción de elegir de una forma más dinámica. Es invitado pero no obligado a seguir una dirección concreta

para lograr una ilusión de interactividad y elección activa en cuanto al consumo de los contenidos.



*Col·lectiu Matria es un proyecto de comunicación transmedia que tiene como protagonista y eje conductor el ciclo menstrual. Desde la perspectiva de género y una filosofía colaborativa y cooperativa, pretende dar visibilización a la menstruación mediante la unión de diferentes disciplinas y puntos de vista. Para lograr conformar una aproximación a una realidad compartida, histórica y biológica. Se trata de una propuesta original que se expande a diferentes niveles y medios: fotografía, audiovisual, ilustración, textos científicos y todo lo que vas a descubrir. De carácter artístico pero también pedagógico y didáctico.*

Visión de la interfaz web en la pantalla del ordenador.

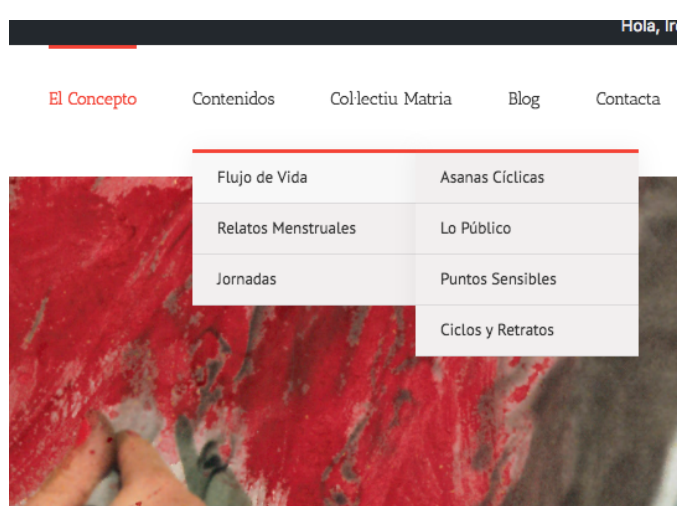
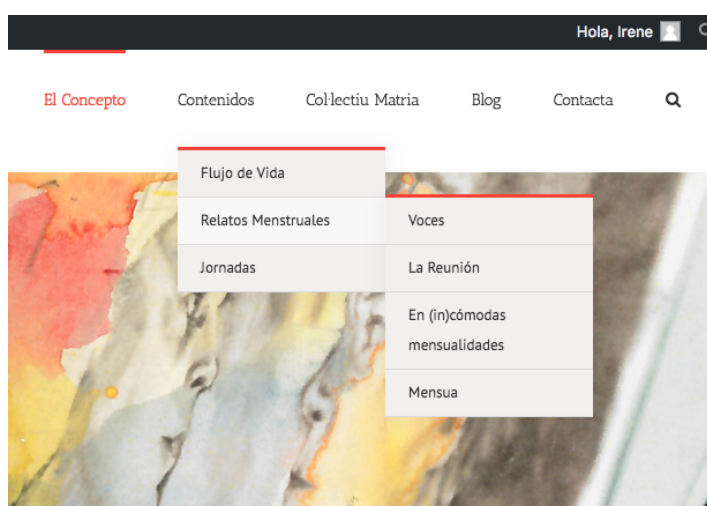
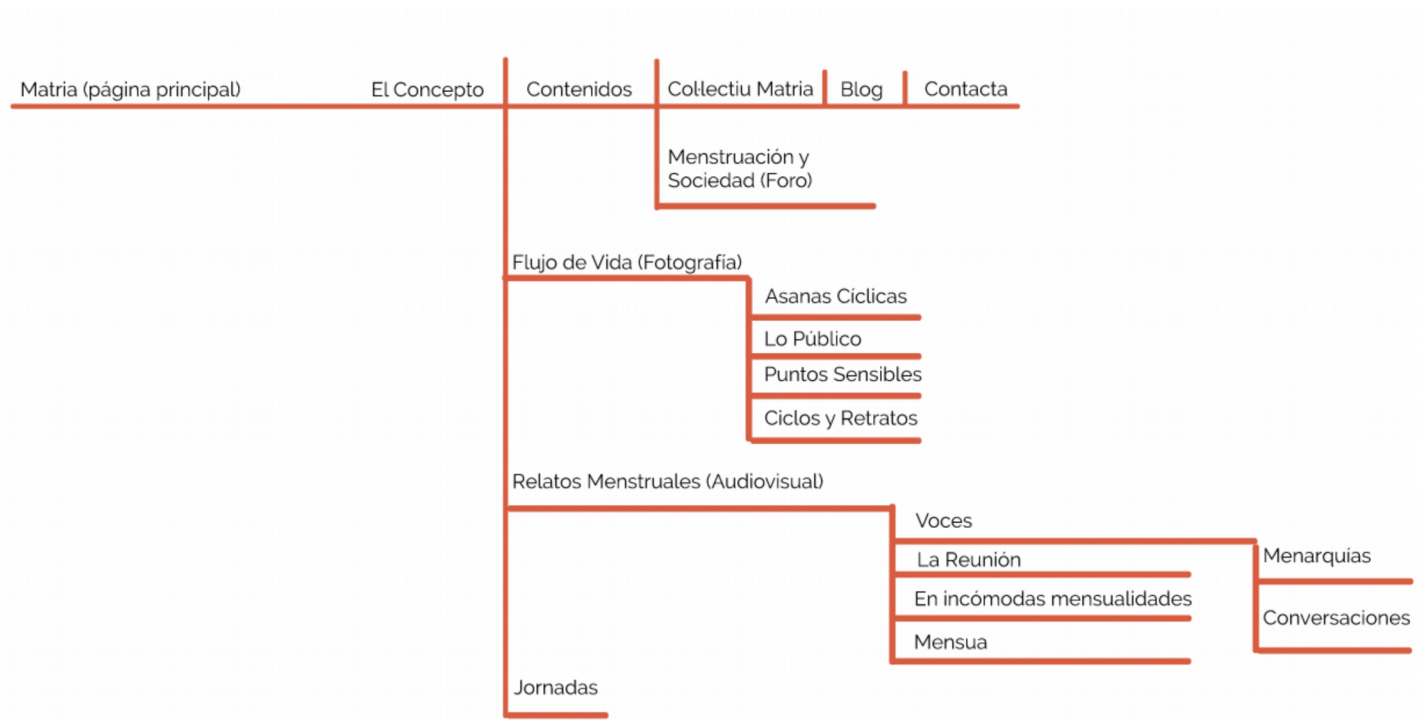


## Col·lectiu Matria

Visión de la interfaz en tablet o ipad

Visión de la interfaz en móvil

A continuación se puede ver el árbol de navegación básico propuesto, organizado de forma horizontal, que se despliega en la barra superior de la web y la estructura interior del menú, basada en una construcción por páginas superiores (secciones) y sub ítems o subcontenidos anidados en cada sección:



Los contenidos están relacionados entre sí por medio de categorías. Por ejemplo, en el caso de las fotografías, los temas que presentan no solo se van a reducir a esa expresión artística, se van a seguir desarrollando en otras disciplinas a través del blog,



los foros de debate, las charlas, etc. Por eso, dentro de la web están clasificados en categorías. Así cuando el tema del Síndrome Pre-Menstrual sea tratado en otra sección, se añadirá a la categoría *Dolores Menstruales*, quedando todos los contenidos, independientemente del formato o medio que empleen, enlazados:

| Acciones en lote ▾       |                                 | Aplicar     |                            | 12 elementos |
|--------------------------|---------------------------------|-------------|----------------------------|--------------|
| <input type="checkbox"/> | Nombre                          | Descripción | Slug                       | Cantidad     |
| <input type="checkbox"/> | Ciclo-Retratos                  |             | ciclos-retratos            | 1            |
| <input type="checkbox"/> | Corporalidades                  |             | corporalidades             | 1            |
| <input type="checkbox"/> | Dolores Menstruales             |             | dolores-menstruales        | 1            |
| <input type="checkbox"/> | En incómodas mensualidades      |             | en-incomodas-mensualidades | 1            |
| <input type="checkbox"/> | Espacio Público/Espacio Privado |             | publico-privado            | 1            |
| <input type="checkbox"/> | La Reunión                      |             | la-reunion                 | 1            |
| <input type="checkbox"/> | Mensua                          |             | mensua                     | 1            |
| <input type="checkbox"/> | Voces                           |             | voces                      | 3            |
| <input type="checkbox"/> | — Conversaciones                |             | conversaciones             | 1            |
| <input type="checkbox"/> | — — Las mujeres de mi vida      |             | las-mujeres-de-mi-vida     | 0            |
| <input type="checkbox"/> | — — Masculinidades              |             | masculinidades             | 0            |
| <input type="checkbox"/> | — Menarquías                    |             | menarquias                 | 1            |

Las entradas del blog también están organizadas por Categorías, algunas diferentes para añadir contenidos como - *Ecos* y otras con el mismo nombre para enlazar contenidos como -*Voces*, -*Ciclo-Retratos* y -*Menarquías*:

## Col·lectiu Matria

| Acciones en lote ▾                           |   | Aplicar           |          | 10 elementos |
|--|---|-------------------|----------|--------------|
| <input type="checkbox"/> Nombre              | Descripción   | Slug              | Cantidad |              |
| <input type="checkbox"/> Col·lectiu Matria   |   | col·lectiu-matria | 1        |              |
| <input type="checkbox"/> — Ecos              | Análisis y Reviews de los proyectos y creaciones de nuestras compañeras matrias.  | ecos              | 0        |              |
| <input type="checkbox"/> — Libertad Creativa | Espacio para los miembros de la comunidad que deseen compartir sus palabras, ilustraciones, etc.  | libertad-creativa | 0        |              |
| <b>Sin categoría</b>                         |   | sin-categoria     | 3        |              |
| <input type="checkbox"/> Voces               |   | voces             | 6        |              |
|  | <a href="#">Editar</a>   <a href="#">Edición rápida</a>   <a href="#">Borrar</a>   <a href="#">Ver</a>  |                   |          |              |
| <input type="checkbox"/> — Diarios           | Espacio para compartir ensayos y reflexiones.   | diarios           | 4        |              |
| <input type="checkbox"/> — — Ciclo-Retratos  |   | ciclo-retratos    | 4        |              |
| <input type="checkbox"/> — Menarquías        | Todas tenemos el recuerdo de nuestra primera menstruación, muchas veces negado y poco compartido o celebrado con júbilo y sin tabúes. En este espacio estamos deseando escuchar todas vuestras historias. | menarquias        | 2        |              |
| <input type="checkbox"/> — Menopausias       | Al igual que las menarquías son anécdotas remarcables dentro de la historia de cada mujer, la menopausia es otro inicio del ciclo femenino.   | menopausias       | 0        |              |

En cuanto a la tercera fase solo falta mencionar que, a parte de contener todos los productos mencionados, sirve como punto de contacto con las futuras espectadoras-colaboradoras, las *producer* podrán ponerse en contacto con nosotras a través del

formulario del contacto y en la sección de *Col·lectiu Matria* se abrirán nuevas secciones que permitan la colaboración y co-creación con ellas. Desde el momento en el que se presente la página web podrán compartir sus historias con el mundo, bien enviando sus textos para su publicación en el blog, subiendo videos a través del *Plugin Vidrack*, que permite la grabación directa de un video a través de la webcam o bien subir un video grabado previamente. Además, también se aceptarán y subirán audios y otras formas de transmisión, por poner otro ejemplo, estamos preparando para las secciones *Conversaciones* y *Menarquías* la historia de una mujer que narraremos a través del cómic. Porque también se tienen en cuenta aquellas personas que quieren hablar pero todavía no pueden romper sus propias barreras. Frente a esta situación buscamos alternativas viables con las que ellas se sientan cómodas y se las pueda escuchar de igual manera.

FORMA PARTE DE COL·LECTIU MATRIA

Record Video

Ahora tú también puedes participar! Quieres unir tu voz? Cuéntanos la historia de tu primera menstruación o menopausia. Utiliza el medio que tu quieras: audio, video, palabra escrita, cómic...tú decides!

Con el botón que encontrarás aquí en un ladito puedes grabarte fácilmente desde la webcam de tu ordenador y, si prefieres otro medio, ponte en contacto con nosotras y mándanos tu material para que lo publiquemos en la página. Une tu voz, porque juntas nos haremos escuchar.

El siguiente camino a recorrer, en el que ya se han dado algunos pasos, es empezar a presentar el proyecto en instituciones, empresas y medios de comunicación para conseguir colaboradores, *partners* y sobre todo financiación. Puesto que todo el proyecto se ha hecho con autofinanciación y con un presupuesto casi 0, por eso también se aprovechó el Máster para desarrollarlo gracias al servicio de préstamo del Laboratorio de Comunicación de la *Universitat Jaume I*.

## 2.2 Referentes Transmedia

Esta última parte está basada en uno de los proyectos que más me ha impactado, se trata de *#18daysinEgypt*. Es un proyecto documental interactivo que nació con la Revolución Egipcia de 2011 (Primavera Árabe). Fue iniciado por el periodista y documentalista Jigar Mehta y la diseñadora de experiencias Yasmin Elayat. Su duración prevista era de un año pero a día de hoy sigue estando en marcha y sumando, gracias al sistema que plantearon en 2012. Mediante el patrocinio de la empresa egipcia de software Emerge Technology, crearon una plataforma web en la cual se facilitaban las herramientas para que cualquier persona compartiera su experiencia y punto de vista dentro de la revolución que estaban viviendo. Sin

limitaciones, cualquier historia o punto de vista, cualquier información que quisieran transmitir sobre lo que vivían cada día. Es decir, mostrar su realidad individual.

Además de ser activos en redes sociales para promover la participación, abrieron un crowdfunding en *Kickstarter* para conseguir financiación con el objetivo de enviar a cineastas y periodistas egipcios a recorrer el país grabando las experiencias de la población que no disponía de medios tecnológicos. Consiguieron superar el objetivo marcado en la plataforma. De momento, ya contaban con tres vías de financiación (el patrocinio, el micromezenazgo y el *crowdsourcing*). Cada una planteada y empleada según las necesidades que les presentaba el proyecto en su desarrollo. Excepto por el *crowdsourcing* que sí que determinó la propia estrategia del documental. Aunque el proyecto estaba definido previamente a durar un año, cobró vida y, a día de hoy, cualquier persona que se encuentre en Egipto puede subir su historia, aportar su experiencia si encuentra un vídeo en el hablan de una situación en la que también estaba presente, etc. Pueden cargar los vídeos, fotografías, textos, grabarse en streaming...*#18daysinEgypt* se ha convertido en una herramienta social.

Este es el tipo de resultados que nos gustaría conseguir, ante el miedo a dejar de controlar lo que hemos creado para darle el control al público crece la idea de que lo asuman como un medio a través del cual expresarse y sentir un espacio propio compartido con personas muy diferentes o muy parecidas pero con las que se comparte un tema intrínsecamente común.

Uno de los aspectos que hay que tener en cuenta a la hora de desarrollar un proyecto transmedia, sobre todo de carácter social, es la propuesta de Nichols en la que se conjugan los principales puntos de vista a la hora de desarrollar una historia o proyecto de estas características: director (autor), texto e interactor (espectador). Si los documentales son la negociación con la realidad, si los creadores pretenden dar a conocer un aspecto social, un tema que quieren liberar y dar a conocer para que llegue a las conciencias de las personas, qué mejor manera que permitir que sea el público el que genere los contenidos, facilitando que se expresen y añadan su propia realidad al conjunto. Cuántas más historias, focalizadas claramente, se aporten, la realidad será más fehaciente y no estará limitada por un único punto de vista (director) y una sola mirada. Aunque para los y las creadoras pueda dar cierto vértigo al sentir que van a perder la autoría de su propia obra, pero quizás sea el momento de replantearse el concepto de la autoría y la propiedad en este nuevo mundo intercomunicado en el que una vez se lanza algo a las pantallas, es propiedad de todos y de nadie.

“Las nuevas modalidades transmiten una nueva perspectiva sobre la realidad. Gradualmente, la naturaleza convencional de este modo de representación se torna cada vez más aparente: la conciencia de las normas y convenciones a las que se adhiere un texto determinado empiezan a empañar la ventana que da a la realidad. Entonces está próximo el momento de la llegada de una nueva modalidad de representación”. (Nichols, 1991: 66).

En este sentido, existen documentales interactivos como el mencionado *#18daysinEgypt* o el documental interactivo que se está creando actualmente por parte de la productora *Amo los lunes: Mujeres nunca vistas*. Ambos se iniciaron de la misma manera, siendo las propias creadoras las que buscaban a los protagonistas de la historia y los grababan, pero una vez abierto el puente de interacción con el público,

este tipo de proyectos cobran vida propia, siendo ya los interactores los únicos creadores de los materiales colgados en la web.

Por otro lado, resultaba muy interesante el carácter multimedia e hipertextual de los documentales interactivos no lineales, porque no solo están formados por piezas audiovisuales sino que dan cabida a todo tipo de textos. Este aspecto es realmente interesante porque alberga un sinfín de posibilidades de creación y de alimentación a los proyectos documentales, por eso se ha seguido esta línea en *Col·lectiu Matria*.

El objetivo es explotar los contenidos aprovechando el medio que mejor se adapte a ellos y poder abarcar un *target* mayor al destinar cada medio a un sector diferente para que el mensaje que se desea transmitir llegue a los diferentes estratos sociales. El proyecto transmedia *F.A.M.*, por ejemplo, aúna diferentes medios con un objetivo claro, dar voz al hambre en el tercer mundo que sigue cobrándose innumerables víctimas pero para los medios ya es un tema trillado que no tiene cabida en la televisión. O, siendo más específicas, en lo que a WebDoc se refiere, resulta interesante el documental *En el reino del plomo*, con especial hincapié en el docuweb *La habitación de Ebed*, donde el espectador tiene libertad para interactuar con diferentes elementos para conocer la fatídica historia de este joven. En este ejemplo tenemos un documental completo que se puede consumir de forma lineal, pero que durante la línea de reproducción van apareciendo puntos azules que, al hacer clic, abren información adicional para completar la historia en forma de documentación sobre los hechos, vídeos, videoocreaciones, etc. El mismo sistema es empleado por el reciente documental interactivo *Las Sinsombrero*. En un futuro, nos gustaría desarrollar una pieza integrando los elementos que tenemos con este tipo de tecnología.

En resumen, aunque se abren multitud de posibilidades y eso puede llevar a perder el enfoque inicial de los proyectos, si se tratan de la forma adecuada y todos los elementos se cohesionan adecuadamente, las piezas documentales creadas se conforman de una manera mucho más completa sin llegar a ser densa, dejando libertad a los interactores para que lleguen y descubran hasta donde ellos lo deseen, pero siendo más fieles a las realidades que se quieren retratar.

Queda demostrado que uno de los grandes valores de las narrativas transmedia es esa "multimodalidad narrativa". De alguna manera, cuando un mensaje quiere transmitirse, al elegir el formato (por ejemplo un largometraje documental) ya se acota la historia y se sesga contenido porque al final hay que adaptarse al corsé del formato y género que se hayan seleccionado. Sin embargo, al poder ampliar los formatos se abre la posibilidad a no sesgar nada, porque se aprovecha cada medio para ampliar partes de la historia que no se podrían tratar en otros espacios. Este es uno de los factores más atractivos que presentan las narrativas transmedia, porque brindan muchísimas posibilidades, al fin y al cabo, se está creando un universo narrativo donde se puede dar cabida a todo aquello que se imagine (cuidando la adecuación y cohesión de todos los factores empleados, por supuesto).

Por otro lado, también es destacable, para abarcar el concepto de gamificación que no perdemos de vista dentro de *Col·lectiu Matria*, la cuestión del videojuego documental. Ya sabemos que una de las formas más sencillas para aprender y asimilar nueva información es a través de juegos y procesos lúdicos, al final, un documental existe para lanzar información fresca; bien por su novedad en el punto de vista, en el propio

contenido, etc. Qué mejor manera para asegurarse de que el espectador la interiorice que a través de los videojuegos, cuyos modos de juego ya están extendidos y normalizados entre la población. De este modo, el nuevo perfil del espectador sigue siendo participe en la interacción pero otorgándole más control sobre el contenido (siempre sabiendo que ese material está conformado para un uso determinado, aún con las múltiples variables que se hayan podido plantear, por lo que la libertad de interacción es un espejismo); no solo se limita a poder hacer clic en la información deseada a su libre albedrío sino que tiene un objetivo, tiene un camino a seguir, por lo que para avanzar se necesita la concentración del espectador-jugador.

Aunque, es posible que, todas estas posibilidades que se abren ante el *target* elegido puedan abrumar, estando acostumbrados a seleccionar una pieza y estar parcialmente atentos a lo que se muestra en las pantallas. La estrategia de interacción elegida tiene que estar cuidada y pensada para que no resulte confusa. En el caso de *The Undocumented* consiguen, con una sencilla interfaz, que el mensaje (tanto teórico como emocional) cale de una forma muy efectiva, incluso antes de ver las propias imágenes del documental filmico. Como en muchos casos menos es más, pero depende también de la potencia del mensaje o de la estrategia que se quiera emplear. Como ejemplo de videojuego documental se puede encontrar *The cat and the coup*, que narra el golpe de estado que llevó a cabo la C.I.A. contra el primer ministro elegido democráticamente de Irán, por sus medidas progresistas y sociales en el país. El jugador se convierte en el gato del Mohammad Mosaddeq para ir viajando a través de los retazos de historia para descubrir los hechos de este momento histórico.

Con esto concluimos que no hay un modelo establecido, hoy por hoy, de un proyecto transmedia y de documental interactivo establecidos. Se trata de probar estrategias y adecuar la diversidad de ideas al contenido que se quiere transmitir, construyendo el proyecto desde la base, cuidando todos los elementos que van sumando, manteniendo una visión global y, sobre todo, sin perder el mensaje que se pretende transmitir.

### 3. Financiación y distribución del producto.

Como se apuntaba en apartados anteriores, los proyectos transmedia multinivel permiten afinar el *target* al que va dirigido cada producto dentro del margen que ofrece el medio por el que se decide transmitirlos. De la misma manera, creemos que el mejor sistema para financiar este proyecto es buscar financiaciones concretas para cada iniciativa o acción que se quiera desarrollar dentro del proyecto. Por ejemplo, en el caso de la sección de ficción que, para llegar a unos mínimos de calidad, necesita de un presupuesto mínimo se valora la opción de abrir un *crowdfunding* para conseguir mecenas que deseen ver y participar en esta propuesta de *webserie* o entrega por episodios. Aunque, como nos gusta presentar propuestas un tanto más creativas que no supongan tanto riesgo como no llegar la objetivo de estas plataformas, también se lanzarían propuestas de *crowdsourcing* como una convocatoria abierta para que el público co-creador nos enviara sus propios micro-cortos, sketches, spots, etc. con el tema propuesto sobre la menstruación.

En el caso de las Jornadas, la propuesta analógica en la que se presenta y desarrolla el proyecto cara a cara con el público, ya se ha iniciado un proceso de desarrollo con el Ayuntamiento de Burriana (que será el caldo de cultivo en el que se testeará este tipo de propuesta para trasladarla por los pueblos y ciudades de España). De momento, se ha planteado la opción de desarrollar un programa orientativo en el que se plasmen qué tipos de actividades se realizarían y la estructura de las mismas a lo largo de los tres días. Así como un listado de posibles entidades colaboradoras, empresas y expertas/os que colaboren en las mismas. La parte más entusiasta de esta gran oportunidad no solo es llegar al público de una manera mucho más directa sino que, desde la propia *Concejalía de Igualdad* del Ayuntamiento nos buscarán subvenciones y fuentes de financiación institucionales para poder soportar el proyecto. De hecho, hoy mismo hemos sido invitadas a firmar el *Pacte Valencià contra la violència de gènere i masclista*, acompañado de una propuesta para volver a reunirnos y hablar de más propuestas de acción dentro de la institución pública. No sabemos a qué llegara pero es suficiente para sentir la motivación para seguir avanzando.

En la misma línea, ya se han realizado dos reuniones con la *Fundació Isonomia* de la UJI, ambas para presentar el proyecto: la primera en una etapa inicial y la última más reciente con el proyecto mucho más avanzado. La propuesta que ofrecen es divulgar y ofrecer espacios para realizar exposiciones itinerantes, con posibilidad también de preparar algún tipo de charla, curso o taller para hablar, no solo del proyecto en sí, sino de temáticas de sensibilización específicas.

De momento, con estas dos propuestas ya logramos difusión y, seguramente, cierto respaldo económico para ejecutar las actividades con mayor calidad. De hecho, de manera directa tras la reunión con Isonomía se ha establecido una relación de colaboración futura con una doula (experta en salud del cuerpo femenino y la maternidad) y, que además, también es de la provincia, cosa que facilita la colaboración.

Uno de los productos que más ha interesado, en este sentido, es el mencionado manual de educación menstrual libre de publicidad, acompañado de charlas y actividades para las y los jóvenes en colegios e institutos. Al tener este apoyo institucional también es más sencillo conseguir *partner* y apoyos en el ámbito privado. Una de las acciones que queremos realizar es contactar con empresas de copas menstruales, por ejemplo, para cuando se trate el tema de la higiene menstrual y los productos más beneficiosos a largo plazo. A nivel de medios, también nos han ofrecido su red de contactos con los medios de comunicación para enviar una nota de prensa con la presentación del proyecto una vez planificadas las exposiciones. Queremos destacar, sobre todo, nuestro interés por contactar con la *Pikara Magazine* con las que, si les gusta el proyecto, seguro que logramos una gran difusión en redes y a nivel social.

Por supuesto, el grosor del proyecto está planteado para generar la participación y co-creación con el público, por lo que el desarrollo del mismo a través del crowdsourcing es fundamental. Para lograrlo, a parte de los diferentes plugins que añadiremos en la página web, se lanzará una estrategia de medios para tener un largo alcance y lograr que la gente empiece a hablar y compartir sus historias, experiencias, dudas, problemas, etc. Así pues, como público podemos decir que abarcamos todos los

rangos de edad: de 10 a 15 años a través de las actividades en colegios e institutos y procesos de gamificación en redes y al resto de franja de edad (que puede parecer muy amplia) con el resto de actividades. De hecho, aunque pueda parecer que queda descuidada la franja a partir de los 55 años, nada más lejos, de hecho las mujeres a partir de la menopausia que han sabido del proyecto son las más insistentes en demandar un espacio para ellas, para que se les de voz y se las escuche. Muchas mujeres tienen la necesidad de hablar, es una sensación que se está notando en el espacio público y en el privado, las mujeres están llegando al límite de la opresión. Por eso vemos la necesidad y la idoneidad de lanzar ahora este proyecto, tenemos fe en que será bien recibido y en el que las mujeres podrán encontrar el protagonismo que se merecen.

Por último, también se crearán piezas para su venta directa, como un libro de artista con el conjunto de las piezas fotográficas creadas que, además, se podrá vender por láminas o encuadernado en su conjunto. Se elaborarán calendarios menstruales manuales, parches téxtiles y demás materiales de merchandising. Pero también contactaremos con empresas de moda como *Las Culpas* una Pyme de Murcia donde diseñan y manufacturan ropa y otros accesorios con mensajes feministas, si nosotras no tenemos suficientes productos para abrir una tienda online propia, les ofreceremos abrir su tienda en nuestra web a modo de colaboración. Porque como no podemos olvidar, queremos compartir, cooperar y colaborar. El mensaje se sigue perpetuando y nuestra filosofía de trabajo también.

### 3.1 Estrategia de difusión de redes

En los últimos años se han ido sucediendo una serie de cambios en el comportamiento de las audiencias y del público en general. Debido a la sobresaturación de información, el consumo de contenidos se ha vuelto disperso y breve. Conduciendo a los medios y empresas a generar productos con una menor duración y con cierta tendencia al sensacionalismo para llamar la atención de su público objetivo. A esto, se le suman las Second Screens o visionado de contenidos de forma simultánea a través de más de una pantalla (ordenador + tablet, televisión + móvil, etc.). En este punto de inflexión producido en el cambio de siglo, hemos pasado de formar parte y contemplar un modelo de espectador observador a uno participativo más cercano al jugador de las videoconsolas. Derivación del avance en el desarrollo de los videojuegos y su fusión con el marketing. Este tipo de comportamientos se han transformado en un hábito común que ha generado la necesidad de desarrollar nuevos caminos para comunicarse de una manera eficaz con el público.

El *Transmedia Storytelling* consiste en la creación de un universo narrativo que engloba diferentes relatos, relacionados y complementarios entre sí, adaptados a la plataforma y medio en el que se transmiten. La historia que se desea contar está fragmentada en las diferentes plataformas, cada elemento debe funcionar por sí solo como un producto independiente, pero en conjunto conforman una experiencia mucho más satisfactoria y completa. Este tipo de estrategia debe fomentar la participación de los usuarios que dejan de ser meros espectadores para pasar a ser *prosumers*: nuevos consumidores capaces de generar contenidos, opiniones y comentarios sobre los productos o servicios de una empresa y pueden ser compartidos por una



comunidad con gustos en común; se pueden convertir en líderes de opinión, cuyas ideas pueden ir a favor o en contra de la imagen de la marca (recordando las pasadas ya nuevas figuras de los *Youtubers*, ahora llamados *Influencers*).

Para ello, es imprescindible generar productos interactivos donde el consumidor sea el protagonista y se sumerja en el mundo de contenidos que se ha creado para él. Los contenidos transmedia, estructurados entre los diferentes medios, deben ser: complementarios, adicionales, ampliados y extendidos. Se le ofrece a los seguidores la oportunidad de entrar en nuestros contenidos por diferentes puertas y, una vez dentro, se les anima mediante procesos de *engagement* como los ganchos de personaje para continuar navegando por los contenidos. Por eso los universos transmedia se construyen a diferentes niveles de profundidad, porque son los usuarios los que deciden hasta que punto quieren llegar en cada momento.

Por necesidad de alcance se emplearán las redes sociales como herramientas de difusión de los contenidos y como plataformas para lanzar acciones e invitar a participar a la comunidad de Col·lectiu Matria, en este sentido:

- **Instagram y Twitter:** En base a la temática tratada en los post y futuros reportajes se propondrá a los seguidores crear contenidos propios compartiéndolos a través de un hashtag creado especialmente para cada acción. Por ejemplo, si se realiza un reportaje sobre el efecto de los tampones y compresas en el medio ambiente se propondrá a la audiencia subir una foto a Instagram con el hashtag apropiado.

- **Facebook:** Siguiendo el mismo ejemplo, Facebook se puede unir con material adicional como, por ejemplo, la publicación de parte del texto publicado en la web. El lanzamiento de un debate interno o lanzar otro tipo de gamificación.

- **Youtube:** Se ha creado la cuenta Col·lectiu Matria TV donde ya están publicados todos los vídeos que están insertados en la web. En un futuro se planteará abrir una cuenta *premium* en Vimeo.

- **Combinación de plataformas:** En momentos puntuales, se puede lanzar un juego (gamificación) para conseguir premios (según el nivel de esfuerzo y permanencia el premio debe ser mayor o menor) que guie a los participantes a navegar por los contenidos de la página web (también se pueden incluir, como un valor añadido hacia los patrocinadores que los seguidores deban navegar también por sus páginas). Es decir, se plantea un juego con un periodo de duración concreto, por ejemplo, cinco semanas. Se plantean las reglas del juego la primera semana en las que se indica que cada jueves a las 10:00 a.m. se lanzará una pista con el objetivo de averiguar cualquier cosa, por ejemplo, qué tipo de alimentos se pueden consumir con propiedades antiinflamatorias para prevenir los dolores menstruales. En cada pista que se lanzará en Instagram, Facebook o Twitter, se derivará a otras páginas hasta que el ganador descubra de qué alimento se trata. El objetivo del sistema de pistas es asegurar la permanencia y seguimiento de los seguidores de las actividades de Col·lectiu Matria, gracias a este proceso de gamificación. Es recomendable combinar estos procesos en diferentes niveles de dificultad, dependiendo del miniobjetivo que se quiere lograr pero sin olvidar que lo fácil aburre y lo difícil frustra, hay que encontrar un nivel aceptable y entretenido en estas actividades.

### 3.1.1 Propuestas de Gamificación:

- **Trivial:** “ ¿Por cuántos ciclos completos pasa una mujer a lo largo de su vida?”; “ ¿Qué tonalidad de rojo es la idonea para la sangre menstrual”; “¿Cómo se llama a la desregulación hormonal que cesa la menstruación durante una temporada?”

- **Concurso ensayo-narrativa:** Se animará a la participación (sobre todo infantil/juvenil) para crear breves relatos en los que se narren qué es la regla para ellos, como la ven, que conocen.

Aprovechando la tradición literaria de los mitos menstruales también se lanzará un concurso de narrativa de ficción en la que tendrán que seguir el mismo estilo de escritura, es decir, narrar un cuento que represente la maduración de la mujer o cualquier tema que aparezca en tales historias.

- **Concurso Fotografía/Ilustración:** Lanzar concursos en Instagram y Twitter de imágenes empleando *hashtags* relacionados con el tema del contenido más actualizado.

- **Premios ofertables:** Para animar a la participación y que haya cierta retribución por el esfuerzo y el empeño de las participantes se ofrecerán premios/trofeos según la dificultad del juego planteado: Camisetas, inclusión de sus creaciones en un *fanzine* especial, en exposiciones, etc.

Además, se ha probado Instagram como plataforma donde cobijar los ciclo-retratos con un resultado satisfactorio. Como una vez hecho oficial será más difícil controlar los resultados y efectos, la idea es tenerlo todo lo mejor preparado y planificado. Por eso se ha planteado la publicación del resto de redes sociales para principios de noviembre. De este modo hay margen suficiente para repasar los contenidos, realizar mejoras y generar más material (sobre todo narrativo) antes de presentar el proyecto de forma oficial.

## 4. Plan de trabajo. Cronograma.

| FEBRERO |    |    |    |    |    |    | MARZO |    |    |    |    |    |    | ABRIL |    |    |    |    |    |    |
|---------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|----|----|
| L       | M  | MX | J  | V  | S  | D  | L     | M  | MX | J  | V  | S  | D  | L     | M  | MX | J  | V  | S  | D  |
|         |    | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  |       |    | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  |       |    |    |    |    | 1  | 2  |
| 6       | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 6     | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 3     | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  |
| 13      | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 13    | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 10    | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 20      | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 20    | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 17    | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 27      | 28 |    |    |    |    |    | 27    | 28 | 29 | 30 | 31 |    |    | 24    | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |

| MAYO |    |    |    |    |    |    | JUNIO |    |    |    |    |    |    | JULIO |    |    |    |    |    |    |
|------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|----|----|-------|----|----|----|----|----|----|
| L    | M  | MX | J  | V  | S  | D  | L     | M  | MX | J  | V  | S  | D  | L     | M  | MX | J  | V  | S  | D  |
| 1    | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  |       |    |    | 1  | 2  | 3  | 4  |       |    |    |    |    | 1  | 2  |
| 8    | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 5     | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 3     | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  |
| 15   | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 12    | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 10    | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 22   | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 19    | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 17    | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 29   | 30 | 31 |    |    |    |    | 26    | 27 | 28 | 29 | 30 |    |    | 24    | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
|      |    |    |    |    |    |    |       |    |    |    |    |    |    | 31    |    |    |    |    |    |    |

| AGOSTO |    |    |    |    |    |    | SEPTIEMBRE |    |    |    |    |    |    |
|--------|----|----|----|----|----|----|------------|----|----|----|----|----|----|
| L      | M  | MX | J  | V  | S  | D  | L          | M  | MX | J  | V  | S  | D  |
|        | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  |            |    |    |    | 1  | 2  | 3  |
| 7      | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 4          | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 |
| 14     | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 11         | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 21     | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 18         | 19 | 20 | 21 | 22 | 24 | 25 |
| 28     | 29 | 30 | 31 |    |    |    | 26         | 27 | 28 | 29 | 30 |    |    |

|  |  |
|--|--|
|  | 1ª FASE: Creación del equipo de trabajo, formulación y concepción, desarrollo parte fotográfica.                     |
|  | 2ª FASE: Desarrollo contenidos audiovisuales y reformulación de la estructura del proyecto.                          |
|  | 3ª FASE: Desarrollo de la página web y realización de las primeras reuniones buscando financiación y colaboraciones. |
|  | Repaso final de los contenidos y establecimiento de una línea de acción futura clara.                                |

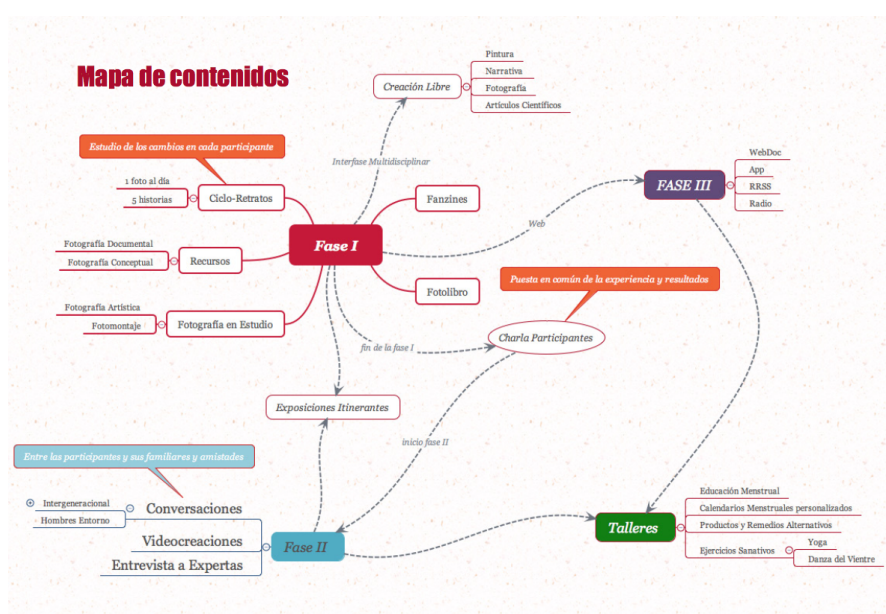
## 5. Memoria de Producción

Estas tres fases se han llegado a solapar y a confluir unas con otras, por la necesidad de una estructura organizativa se fue siguiendo el calendario académico del máster para marcar fechas límite de realización de cada fase. Por sugerencia de Marta Martín y tras consensuarlo con César Fernández se decidió aprovechar las propias asignaturas del máster para generar dichos contenidos. Una vez realizados se conformaron piezas especiales para entregarlos como proyectos finales para cada asignatura pero que han tomado otra forma y estructura en el presente trabajo por el deseo de marcar líneas de separación entre unos y otros, aunque en un futuro se puedan incluir igualmente como resúmenes o contenidos especiales. De estas entregas surgió un fotolibro con el contenido fotográfico combinado con parte de los textos que ahora se pueden encontrar en el Blog y con ilustraciones creadas especialmente para el proyecto. Se puede ver a través del siguiente enlace: [Flujo de Vida](#).

Para la asignatura de documental se generó un cortometraje de diez minutos lineal que combinaba dos escenas del videoarte como telones de inicio y fin de la pieza, los contenidos de Menarquías presentando a cada protagonista con fragmentos de La Reunión como eje conductor. También se puede ver aquí: [Matria, documental lineal](#).

Por último, en la asignatura de Creación de Proyectos de Ficción surgió la idea de crear una sección de ficción formada por la entrega mensual de un micro-corto que ayude a desestigmatizar aspectos relacionados con la regla con cierta ironía y humor. De este periodo se consiguió crear un teaser como prototipo para buscar financiación para desarrollar esta sección, en el caso de seguir el camino de producción más al uso o, por el contrario, lanzar propuestas diferentes de co-creación con las colaboradoras. El *teaser* se puede ver en la web o a través de este enlace: [Buen Marinero](#).

Tras plasmar los contenidos que se deseaban crear en un mapa conceptual, empezamos a trabajar.



## 5.1 Fase 1

Una vez decidido el tema de tratar el ciclo menstrual, aún una semilla, realizamos una masterclass dentro de la asignatura de Marta Martín con el fotógrafo y creador de proyectos Julián Barón que marcó un punto de inflexión en el inicio del proyecto. Una de las cosas que más me preocupaban era que nunca me había dedicado tan plenamente a la fotografía así que dudaba de mis habilidades como fotógrafa, sobre todo a nivel técnico. Sin embargo, al enfocarme como una mediadora, empecé a concebir el desarrollo del mismo desde la coordinación del proyecto a nivel de producción. Así que el primer paso tras la reunión fue plantear la creación de un equipo de trabajo. Pensé, dentro de mi círculo de conocidas, quién podría entender mejor los objetivos y qué podrían aportar, les planteé la idea y se entusiasmaron en seguida. De alguna manera, sabía que iba por buen camino. Desde que dejé la facultad me dediqué a estudiar y realizar cine, ahí ya me di cuenta de que cuando presentas tu idea a personas de cualquier ámbito y aparece cierto brillo en sus ojos, algo se está haciendo bien. Esta reflexión ha quedado totalmente afirmada con *Col·lectiu Matria*, son estos pequeños detalles los que te van empujando hacia delante para seguir trabajando con esmero. Pero no ha sido solo eso, el apoyo y las valoraciones tras cada entrega también han sido vitales, sobre todo cuando dudas en cada paso que das al pisar un terreno que no es conocido.

Por otro lado, la creación del grupo de trabajo con las participantes, a priori, de los ciclo-retratos ha dado sus frutos, tanto en la creación de contenidos como en el vínculo que se ha forjado entre nosotras. El siguiente paso que queremos dar es crear un colectivo u asociación a nivel legal para poder ejecutar trabajos desde *Col·lectiu* con un respaldo legal y también para poder tener la oportunidad de solicitar ayudas y subvenciones para desarrollar más contenidos. Tras cada encuentro que realizábamos, siempre nos decíamos lo mismo: de una pequeña idea, *Col·lectiu Matria* es cada vez más grande, crece tan rápido que a veces asusta pero iremos poco a poco trabajando cada detalle con el fin de aportar nuestro granito de arena y mejorar la educación menstrual, los conocimientos sobre el ciclo completo y dar luz ante tanto desconocimiento y falta de investigación de algo tan natural como la menstruación.

Así pues, las series fotográficas han sido creadas para aportar diferentes enfoques sobre el ciclo menstrual, acompañadas por ilustraciones y narrativa didáctica. Porque, del mismo modo que el colectivo reúne mujeres y hombres de diferentes ámbitos, el ciclo menstrual se compone por más fases que la del sangrado por eso que se pretende narrar diferentes historias sobre un núcleo común y desconocido.

### 5.1.1 ¿Como surgió la idea?

Todo nació a partir de dos ideas que vagaban por mi mente desde hacía tiempo, una personal y otra creativa. Por un lado, como he mencionado en otros documentos, siempre he sufrido fuertes dolores menstruales, así que siempre me planteaba cómo era posible que todas las mujeres que soportábamos (muchas de forma estoica) tanto sufrimiento no tuviéramos opciones a mejorar sin pasar por las habituales soluciones medicas con fines económicos sabidos. La otra, no era nada definido, simplemente me atraía la idea de realizar retratos a diario para ver qué cambios se podían observar.

Como bien es sabido, los “eurekas” aparecen cuando estás en la bañera, aunque en este caso fue durante el ComLoc 2017, ahí ambos conceptos confluyeron en los ciclo-retratos, la semilla que germinó en lo que hoy es Col·lectiu Matria.

A partir de este punto, los ciclo-retratos se plantearon como un ejercicio porque no sabía que resultados podían ofrecer. Se trataba de que cada participante se realizara una fotografía al día, de rostro, siguiendo todos los días los mismos parámetros (hora, luz, fondo neutro, etc), dentro de lo que fuera posible para que no rompieran la rutina diaria de cada una. Por eso también se descartó la idea de realizarlos en estudio (por imposibilidad horaria de todas nosotras). La cuestión de no romper la rutina era importante para que los resultados fueran fieles a la realidad de cada una de nosotras, además de querer crear un espacio íntimo en el que estudiarnos y ver qué nos afectaba y pasaba a nivel mental, emocional y físico. Yo también decidí participar, tanto por curiosidad como para ver qué posibles problemas podían surgir con la mecánica de la idea.

Me fui reuniendo con las participantes de forma individual porque no se conocían demasiado entre ellas y para poder explicarles el proyecto de forma personalizada. Fue sorprendente, en un sentido positivo, las ganas que todas teníamos de hablar de temas que nos afectaban solo por el hecho de ser mujer, cómo si hubiéramos estado en sequía y de repente hubiéramos encontrado un manantial. Porque a nivel social puede parecer que se habla mucho pero tenemos muchas barreras a la hora de sincerarnos realmente y compartir preocupaciones anquilosadas por el tabú de nuestra naturaleza. Al final se cerró el grupo con seis participantes de 24 a 45 años.

Para poder introducir la idea del proyecto que tenía en mente a todas ellas decidí elaborar un pre-dossier (anexo 2) con referencias artísticas, citas y una explicación del mismo. Más adelante se fue elaborando un dossier más formal (imagen 8) que se envió a expertas e instituciones para presentar el proyecto con el objetivo de concertar reuniones presenciales.

Sin embargo, era necesario engrosar el proyecto con otras series fotográficas. Pensé en una serie que sirviera para separar los ciclo-retratos, conceptual, que no tuviera demasiada carga discursiva como fue el caso de las “fotografías recurso”. Realicé una serie de pruebas con el tema del espacio tradicional privado destinado a las mujeres como es la ropa tendida. Me gustó la idea de que no hubiera ropa y solo capturar las cuerdas de tender, como un símil del espacio vacío si no estuviera la figura femenina. Una vez realizadas, la idea no me terminaba de funcionar, así que finalmente quedó descartada. En la misma línea, la serie de fotografías cotidianas con los objetos de higiene femenina que se planteó tampoco me acababa de gustar una vez realizadas las primeras fotografías. Una vez descartadas estas dos series, el resto de series concebidas sí que encajaban. Además, decidí organizar el proyecto siguiendo el número cuatro (el ciclo menstrual contiene cuatro fases), así que finalmente se incluyeron cuatro series fotográficas: *Ciclos y Retratos*, *Asanas Cíclicas*, *Lo Público* y *Puntos Sensibles*.

### 5.1.2 Contenidos de Flujo de Vida

Puntos Sensibles se planteó para mostrar aquellas zonas físicas que se resienten durante la fase premenstrual y menstrual: ovarios/abdomen, riñones/lumbares, pechos y cabeza. Ancla para tratar, dentro del relato transmedia el Síndrome Premenstrual (SPM).

*Asanas Cíclicas* nació porque relacionamos, por un lado, el proceso de observación y conocimiento del cuerpo durante las posiciones o asanas con el ejercicio que estábamos realizando mediante los ciclo-retratos. Y, por otro lado, para mostrar el Yoga como una alternativa orgánica para sofocar los dolores durante la menstruación. Del mismo modo, se abre una puerta a través de esta serie para realizar talleres en una fase más avanzada del proyecto. No solo con ejercicios como el Yoga sino también como la Danza del Vientre y la expresión corporal. Se ha incluido dentro de la categoría Corporalidades para que quede claro el contexto en el que se encontrará esta serie. No relacionada con el aspecto más espiritual de esta práctica, o sí para aquellas que lo deseen ver así, al final cada cual tiene su propia percepción de la realidad en función de sus circunstancias.

*Lo Público* estaba destinada a hablar sobre la problemática que tienen muchas mujeres para conciliar su estado de salud durante la menstruación con su vida profesional. En muchas ocasiones nos sentimos impedidas para realizar cualquier tarea o debemos ocultar nuestro dolor para cumplir con las obligaciones diarias. Así pues, con esta serie queríamos plasmar esa rutina y, al mismo tiempo, visibilizar nuestro estado anímico. Durante la documentación del proyecto encontré el libro “Luna Roja” de Miranda Grey<sup>3</sup> que habla sobre el ciclo menstrual y las diferentes energías que fluctúan en cada fase. Cómo el principal objetivo del proyecto no era solo hablar de la regla sino del resto de fases por las que pasamos (menstruación, preovulación, ovulación y premenstruación), hablar de las variaciones emocionales o energías nos pareció lo más adecuado.

Con estas cuatro series se plasmaban cuatro conceptos que envuelven el ciclo menstrual. Todas ellas abren puentes hacia otras plataformas y vías de comunicación para ampliar la narración transmedia y cumplir con sus características.

Al final de esta fase me reuní con M<sup>a</sup>José Porcar de Fundació Isonomia presentando solo esta fase del proyecto para ver si podíamos colaborar de algún modo. Tras la reunión, se ofreció a incluir Flujo de Vida en el catálogo de exposiciones para el próximo año. Aunque todavía queda concretar muchos aspectos, estamos muy orgullosas de tener una vía de exhibición para que el mensaje empiece a llegar al público.

*Ciclos y Retratos* se iba produciendo por sí sola, cada una de nosotras nos íbamos realizando las fotografías diarias pero además, íbamos anotando aspectos destacables a modo de diario. Cada una adoptó la forma de realizarlos y guardarlos que más se acomodara a su forma de hacer. Dos de ellas se realizaron las fotografías con una

---

3 Gray, Miranda (2003). Luna Roja. Editorial Gaia.

cámara y las iban exportando al ordenador. Otras dos, se las hacían con el móvil y las guardaban en el mismo dispositivo. Y por último, otra compañera y yo empleábamos *Instagram*. Mediante una cuenta privada que sigue el mismo patrón de nombre de usuario: irene\_ciclertrato i maria\_cicloretrato, vamos subiendo las fotos según nos las hacemos y, en los comentarios, apuntamos el día del ciclo y algún texto reflexionando sobre el estado en el que nos encontramos. Tras comprobar que es un método idóneo, hemos acordado que en el momento que esté dispuesto el proyecto para su liberalización, crearemos el resto de cuentas y haremos públicas las cuentas para que la gente que lo desee las pueda seguir y, esperemos, deseen crear sus propias cuentas de ciclo-retratos con el fin de crear comunidad y que otras mujeres realicen este ejercicio.

En cuanto a *Asanas Cíclicas*, conté con que una de las participantes es profesora de Yoga, así que le pedí que se preparara una serie de posturas que encajaran con las energías de cada fase: más estabilidad, mirada hacia el exterior, mirada interior, asanas positivas durante la menstruación, etc. Acordamos que la mejor localización para realizarlas sería en el mar, por la relación con la paz y la calma así como con el agua (muy relacionada también con la menstruación). Tras fijar el día, fuimos un domingo a las siete de la tarde para esperar a realizarlas durante la hora mágica, puesto que en un principio se habían planteado como fotografías a color. Se colocó la cámara fija y se realizaron múltiples fotografías de cada postura para poder crear piezas para la página web con movimiento en las olas del mar. También se tuvo en cuenta que todas las posturas de equilibrio estuvieran alineadas con la línea del horizonte. El único percance que tuvimos fue que tuvimos que ir desplazándonos en las últimas posturas por el descenso del sol, para poder mantener la misma luz con las sombras duras marcadas. El juego con las sombras tenía dos motivos, algunas confluían con el mar, creando un vínculo entre el cuerpo y la naturaleza y, otras, creaban figuras de infinito uniéndose con el propio cuerpo, reforzando la energía de la postura.

*Puntos Sensibles* fue la única realizada en “estudio”, aprovechamos una pequeña cámara oscura con cortinas negras para realizarlas. En un principio pensé en marcar los puntos con pintura pero tras buscar referencias y pensarlo mejor, tenía más sentido hacerlo con puntos de luz. Aproveché una pequeña linterna modulable para enfocar luz directa sobre los puntos de interés creando figuras interesantes en la piel de la modelo. Utilizamos una luz de contra, a falta de focos empleamos una lámpara sobre una mesita para elevar su altura, luego la cubrimos con la tela negra y la modelo tapaba la lámpara. De este modo solo se dibujaba la silueta y los puntos resaltaban mejor. También teníamos un reflector dorado para aportar calidez y rebotar la luz de contra para iluminar con luz suave la parte delantera del cuerpo. Una vez teníamos los puntos capturados, realizamos otra serie con movimientos, reforzando las zonas sensibles, nos gustó el resultado de la falta de opacidad en los miembros porque creaba esa ilusión de movimiento, al mismo tiempo que la figura parecía más etérea. La desnudez también fue una decisión premeditada porque cualquier tipo de ropa hubiera añadido ruido a la información que se quiere transmitir.

Por último, *Lo Público* fue la que más trabajo conllevó aunque sea la más sencilla en concepción. Escogimos cuatro oficios (estudiante, artista, camarera y técnica de sonido) cuyas localizaciones nos fueran fáciles de acceder y se adaptaran a nuestro



entorno. Las cuatro se realizaron en la misma o similar postura para marcar la rutina pero cambiando ropa y peinados para plasmar que se trata de días diferentes. Cada día pertenece a una fase. Una vez realizadas las dieciséis fotografías: en una biblioteca, en un pub, en la casa de una de ellas y en un estudio/co-working de artistas de Burriana. Las imprimimos y las tratamos de forma manual. Para la fase preovulatoria, relacionada con entusiasmo y renacimiento empleamos tiza blanca con pintura acrílica para reforzar el blanco. Para la ovulación, relacionada con el amor a los demás y la alegría calmada empleamos acuarela mezclando diferentes colores. Para la fase premenstrual, más introspectiva, quemamos y ahumamos el papel con fuego y para reforzar el negro se empleó carboncillo. Y, por último, la fase menstrual, se pintó con acuarela roja. El resultado era visibilizar las diferentes auras que podemos tener en cada fase del ciclo, aunque siempre estemos igual de cara a los demás.

Las únicas series fotográficas retocadas en postproducción han sido *Asanas Cíclicas* y *Puntos Sensibles*. La primera para destacar la asana y para recortar la imagen, puesto como bien me indicaron la mirada tenía demasiados puntos de interés dentro de la imagen y la postura se perdía. Tras tres pruebas en blanco y negro, algunas más dramáticas, se optó por una opción más sutil pero con los negros más contrastados.

En cuanto a *Puntos Sensibles* también realicé diversas pruebas para ver qué resultado era el más adecuado, pero después de exagerar demasiado el retoque opté por una versión que oscureciera lo suficiente la figura para que no se viera demasiado el cuerpo desnudo y la mirada se centrara en el punto de interés. Como la luz era muy cálida, al mínimo contraste el color quedaba demasiado destacado, así que bajé la saturación para que quedara un tono de piel un poco por debajo del natural pero sin llegar al blanco y negro. Entre las piernas se veía un poco la lámpara así que aprovechando la zona negra se eliminó fácilmente. Además, en la fotografía en la que solo se ve la cabeza, eliminé el resto de la figura para destacar ese punto (si no, se perdía el punto de interés con la iluminación del resto del cuerpo) y, siendo sincera, me gustó muchísimo el resultado de haber solo una cabeza flotante con el cuerpo cubierto por las sombras.

Por último, *Lo Público*, tras terminar el tratamiento a mano simplemente se escaneó para volver a obtener la imagen en digital.

A modo de conclusión, solo quería añadir que más adelante vamos a editar un libro de artista, a mano, con todo este material y otros que se crearán, utilizando diferentes materiales y técnicas de papel (como despleables, dípticos, papel vegetal para yuxtaponer el texto sobre las series fotográficas, etc), porque como decía Fontcuberta en uno de los materiales del temario de la asignatura, el fotolibro tiene que aportar otros aspectos al proyecto, en este caso aportaríamos texturas e interactividad analógica.

Esta fase me ha obligado a salir de mi zona de confort enfrentándome a lo fotográfico de una forma más profesional. Aunque a veces sea un mar de aguas profundas, cada paso está mereciendo la pena.

## 5.2 Fase 2

El proyecto documental se apoyaba en dos tipos de narración: lineal y no lineal, para permitir al interactor/a elegir qué quiere consumir según el tiempo del que disponga o del interés que tenga. El no lineal, que se puede ver en la plataforma web, consiste en que cada relato se puede consumir de forma independiente y ampliada. Como en el caso de Rosa, que también incluye la conversación con su madre y con su pareja. Además, no todos se estructuran de la misma manera, en el caso de María (la participante que no narra en el documental lineal) nos contará su relato a través de un podcast. O, por otro lado, la madre de Julia y Angie (para las conversaciones intergeneracionales) en lugar de ser grabada como el resto; se grabará su experiencia y conversación y se traducirá a una serie de viñetas cómicas. De esta manera, a través de los personajes, el interactor podrá saltar a otros medios para seguir conociendo estos relatos, de forma fresca y diferente. Además, de esta manera, asentamos también las bases para el momento en el que se abra el proyecto a la comunidad y ésta se disponga a participar e interactuar a través de todos los medios que hemos empleado para la realización del documental: vídeo, audio (podcast), ilustración o cualquier forma que crean interesantes. Añadiendo, claro, los eventos offline con las futuras proyecciones de la obra en la que se realizarán mesas redondas y charlas para tratar este tema y para seguir trazando el camino a seguir.

### 5.2.1 Relatos Menstruales

#### Sinopsis

*Matria* es un relato compartido por cuatro mujeres, cuatro mujeres que nos representan a todas. Porque todas tenemos nuestra pequeña historia sobre la primera vez que tuvimos la menstruación. Construido a través de estos cuatro relatos, se hace una muestra de cómo cada niña/mujer vive la experiencia de una forma totalmente diferente, algunas de forma más traumática que otras, algunas con más información o más indiferencia. Se remarca la importancia de la transmisión de este conocimiento del saber adulto a las primerizas y denota la falta de educación menstrual en las escuelas, volviendo a resaltar el ocultismo que envuelve a un ciclo natural. Es una intención para abrir las puertas a hablar sobre la sangre menstrual.

#### Personajes

La narración construida, de forma inicial, está formada por cinco participantes. Aunque solo cuatro de ellas hablarán en esta pieza por motivos de tiempos de producción. Con un rango de edad entre 26 y 45 años y personalidades muy diferentes, se pretendía ofrecer experiencias y opiniones diferenciadas para lograr la mayor empatía del público, ya que no todas lo viven y sufren de la misma manera. A continuación las presentamos por orden de aparición:

### **Pepa Gozalbo. 45 años. Administrativa.**

La importancia de la participación de Pepa era que se encuentra a mediados/finales de su ciclo menstrual completo para pasar al ciclo menopáusico. En ese sentido, aporta más experiencia y conocimientos pasados para ver cómo han evolucionado ciertos aspectos que envuelven la menstruación. Además, en cuanto a personalidad, no solía contemplarse a ella misma ni mucho menos el funcionamiento de su ciclo aunque sí tuviera detalles inconscientes para con ella en los momentos del sangrado. A pesar de ser consciente de la problemática que existe, para Pepa no es tema tabú, una muestra del beneficio de la normalización de la menstruación desde el núcleo familiar. Aporta la experiencia de los años.

### **Julia Vera. 36 años. Co-fundadora de Very Veritas (Diseños artísticos).**

Personaje opuesto a Pepa, es la que más tiempo ha estado observándose y conociéndose durante un tiempo prolongado. Es consciente del tabú menstrual porque desde su primera vez, ha percibido el silencio y la ocultación alrededor. Julia es de las pocas cuya menstruación no le provoca dolores fuertes, por lo que es interesante conocer también su punto de vista al respecto, ya que nunca se ha sentido impedida por las contracciones, sin embargo, nos enseña a conocer el dolor y usarlo como herramienta. Aporta la perspectiva espiritual.

### **Angie Vera. 28 años. Co-fundadora de Very Veritas (Diseños artísticos).**

Hermana menor de Julia, se muestra otra experiencia diferente. Sus historias se contraponen y confluyen como su personalidad. Angie ha empezado a preguntarse los motivos de este contradictorio secretismo y lo está explotando a través de la vía artística, creando obras pictóricas, fanzines e ilustraciones. Sus experiencias vividas y sus irregularidades menstruales añaden otra pieza más a este puzzle menstrual. Aporta la perspectiva psicológica.

### **María Mateo. 27 años. Médica Residente.**

María es la mente más racional de las cinco, encuentra siempre los motivos exactos por los que se comporta de la manera que lo hace en el exterior, negando que sus cambios de humor se deban a la menstruación (algo que a priori parece no poderse controlar), excepto algunos días antes con el Síndrome Premenstrual. Sabe que la investigación sobre fármacos beneficiosos y no dañinos para el cuerpo de la mujer están coartados por los beneficios económicos y que hay que aceptar las cosas como son, buscando alternativas si se desea. Aporta la perspectiva científica.

**Rosa Taroncher. 26 años. Tatuadora.**

Rosa se mueve por los cuatro perfiles anteriores. Investiga, prueba y analiza que es lo que más se acopla a su personalidad. Intensa, es una de las que más dolores menstruales sufre, calambres, tensión baja, desmayos, etc. Aún así, sabe que debe permanecer tranquila y sigue investigando para buscar soluciones. Implicada en el feminismo y en la búsqueda por conseguir el espacio de la mujer en lo público. Aporta la perspectiva emocional.

Cuando empezó la asignatura de documental transmedia con Roberto Arnau se planteó la creación de un corto documental como proyecto final de la asignatura. Mi idea era desarrollar la fase dos del proyecto, planteada durante el mes anterior. Tras decidir realizar el trabajo para la asignatura junto con mi compañera del máster Joana Doñate, le propuse la idea de la pieza documental *Matria* y estuvo de acuerdo en colaborar en su realización tras informarla de que mi idea era que dicho contenido (con otra forma final) iba a ser parte de mi Trabajo Fin de Máster. Por este motivo también me pareció justo llevar el peso de toda la realización, ejerciendo de productora, planificando los rodajes y desarrollando los guiones de las entrevistas, además de la realización propiamente dicha. En algunas ocasiones fuimos juntas a rodar, sobre todo cuando eran situaciones que necesitaban multicámara como en el caso de La Reunión y alguna de las entrevistas, así como el trabajo en estudio con el rodaje de Mensua. Después me encargué sola de los rodajes con una sola cámara.

De este modo, empezamos con la debida preproducción del proyecto documental. Para ello, busqué referencias para el estilo del documental, a pesar de conocer nuestras limitaciones al ser solo dos miembros en el equipo y el tiempo disponible para su desarrollo. En muchas ocasiones, de la idea inicial tuvimos que simplificar para poder realizarla de una forma correcta. Durante esta fase de documentación, me di cuenta de que los ítems que buscábamos abordar sobrepasaba tanto la duración estimada del documental como el tiempo que podíamos dedicarle hasta la entrega de éste. Por lo tanto, una de las tareas más complicadas fue delimitar qué íbamos a tratar, cómo íbamos a hacerlo y en qué forma y significado.

Con la idea base del documental clara, pasé a la coordinación y planificación del rodaje. En un primer momento, buscábamos la siguiente estructura: el relato de la primera menstruación de cada participante. Una conversación con una mujer de su familia (madre, tía, abuela...) para expandir el relato de una manera generacional y, sobre todo, mostrar cómo se transmiten estos saberes tan ligados a la feminidad y, por último, grabar una conversación con algún hombre del entorno de las protagonistas (padre, hermano, pareja, amigos, etc). Con el objetivo de ser inclusivas y de mostrar todos los puntos de vista posible ya que se pretende un fin didáctico y de dar voz a un concepto bastante silenciado. Por otro lado, nos habría gustado (y de hecho lo intentamos hacer viable) incluir la opinión de expertos/científicos sobre la menstruación

o el tratamiento de ésta en la sociedad. Llegué a contactar con dos expertas sobre el tema, pero también nos vimos obligadas a descartarlo por cuestiones de *timing*.

Como la pieza iba a resultar bastante informativa y explicativa, decidimos aportar un componente más artístico y poético. Creamos diferentes tomas y planos que simbolizaran las sensaciones de la mujer durante la menstruación, con la idea de que nos sirvieran de telones entre cada historia. Sin embargo, este rodaje concluyó en dos hechos, se pudo conformar un videoarte en sí mismo que muestra la regla desde el plano emocional y, tras probar alternativas con el documental lineal, vimos que no hacía falta incluir los telones y que era preferible que predominara la transparencia enunciativa. Sin embargo, sí que hemos añadido ciertas tomas de la videocreación como telón inicial, créditos y final. De hecho el videoarte fue una de las sorpresas de este periodo, a priori pensamos en crear solo unos telones pero al ver la situación en estudio y saber que teníamos que volver a grabar, decidí planificar algunas escenas y probar. Se acercó bastante a un juego y una experimentación. Con un trabajo de dirección de actores se consiguió sacar a la modelo diferentes emociones que se han montado para mostrar esa fluctuación de sentimientos durante la menstruación. Es una pieza que prefiero no explicar porque creo que habla sola y es un aporte totalmente personal del proyecto, a modo de firma artística. Más adelante se publicarán más materiales extraídos de estas dos jornadas de grabación en estudio.

Una vez clara la estructura del contenido (entrevistas individuales, conversación con familiares, videoarte y reunión), pasamos a contactar con las chicas elegidas y a concretar un horario de grabación, intentando agrupar varias entrevistas en un mismo día para poder aprovechar el tiempo al máximo posible. A pesar de intentar organizar al máximo a las 5 candidatas, surgieron algunos inconvenientes de última hora, como por ejemplo la indisponibilidad de algunos familiares de las chicas para grabar. También hemos tenido un pequeño inconveniente final, en el caso de María, cuya grabación no hemos podido terminar por situación laboral de la entrevistada y cuestiones de entrega del documental final para la asignatura. Como se puede comprobar en el plan de rodaje y las fichas de localizaciones, hubo bastantes desplazamientos, ya que la idea era grabar a las participantes en su propio entorno y siguiendo sus rutinas habituales. Del concepto inicial, hemos conseguido realizar una entrevista completa (relato, conversación con madre y pareja), el videoarte y el documental lineal que ha unificado cada pieza independiente y se entregó como proyecto final de la asignatura.

Una vez en la etapa de postproducción, se ha montado una pieza independiente de cada protagonista (4 en total). En el caso de Rosa, de una forma completa, con una duración de 10 minutos. En el caso de Pepa, Julia y Angie, oscilan entre los 2 y 3 minutos, ya que se trata del audio de su relato montado sobre imágenes de la rutina más cercana a su realidad. Ningún decorado se preparó previamente, aprovechamos los espacios que nos cedían para rodar. También quisimos aprovechar al máximo la luz natural y añadir los mínimos artificios posibles al rodaje. Por último, en el caso de la reunión, tras editar dos horas de grabación conseguí montar una pieza de 44 minutos, que se ha fragmentado en siete partes, divididas por temáticas. Aportando información

de una forma más fresca, sobre la menstruación, para generar debate en el foro *Menstruación y Sociedad*, en las redes o en las calles y salones de cada casa.

En general ha sido una experiencia satisfactoria, bastante intensa, ya que no podíamos permitirnos parar durante algunos días. Desde el primer fue necesario trabajar cada día, con las reuniones con las participantes, acordando fechas y replanificando según los cambios que ellas necesitaban. Una vez los días marcados, se preparaban las escaletas y el plan de rodaje, aunque no se ha podido seguir a rajatabla, aún así el núcleo de lo que queríamos en cada momento está presente. Al principio reservábamos mucho más material técnico por si teníamos algún problema, pero tras varias jornadas de rodaje ya sabíamos que haría falta para coger solo lo justo y necesario. En algunas grabaciones pudimos acudir las dos, aprovechando dos cámaras para poder sacar el plano máster y los planos cortos y recurso. Después por motivos de trabajo, nos dividimos las tareas. Del mismo modo, los documentos de producción se rellenaron planteándonos cada personaje como una pieza única, para simplificar las escaletas y centrar la atención plena en el relato completo (inicio, nudo y desenlace) de cada una de ellas .

En cuanto a *Incómodas Mensualidades*, la parte de ficción, quería crear una serie de micro-cortos, que funcionaran por separado pero que estén cohesionados por una trama común. Cada uno centrado en un tema concreto relacionado con la menstruación, es decir, crear breves relatos que expongan situaciones que muchas mujeres han vivido (sobre todo aquellas incómodas) para seguir dando voz y haciendo un ejercicio para normalizar este asunto. Por ejemplo, la preocupación de manchar el pantalón, que te venga la regla en un sitio público y no tener productos de higiene, el uso de dichos productos, etc. Asegurando, también, la empatía de las espectadoras. Al tratarse de un formato de microcorto, se apostó por una estructura que empezara de lleno en la acción para acelerar el ritmo de la pieza. Como referencias he estado visualizando los cortos de plataformas como el Notodofilmfest y también el punto de vista y estilo de la directora Eleonore Pourriat (*Majorité Opprimée, Tu Seras un Homme*, 2011).

La producción y realización fue bastante fugaz , todavía estaba finalizando el rodaje y montaje de las piezas anteriores y el tiempo de entrega era menor. Fue más complicado de lo que pensaba encontrar actores y actrices teniendo en cuenta que no tenía margen para preparar un casting y en mis círculos no conocía a nadie al que llamar directamente, finalmente una amiga me pasó el contacto de Hugo, el actor que hace de Nacho y él mismo avisó a una compañera para hacer el papel femenino. Fue difícil por los imprevistos que surgieron y la falta de experiencia de ambos pero finalmente decidí presentarlo como *Teaser* para plasmar al menos la idea del concepto de esta sección y espero poder rodar con una mayor planificación otra versión mejorada del mismo.

## Sinopsis

Nacho y Sandra son dos amigos que han quedado para tomar algo. Al final de la noche, llegan al piso de Nacho y éste la invita a subir. Una vez en el piso, antes de mantener relaciones sexuales, deciden comer algo. Mientras tanto, Sandra empieza a sentir una presencia extraña pero conocida. Asustada corre al baño para escapar de lo inevitable, le ha bajado la regla en el peor momento posible. A pesar de todo, finalmente deciden continuar con la diversión sin que la menstruación sea un impedimento.

### 5.3 Fase 3

Se compró el dominio “collectiumatria.com” con la plantilla ThemeFusion de Wordpress. Una vez elegida la plantilla *Avada Architecture* se escogió una demo (plantillas prediseñadas) con un diseño base acorde con la tendencia actual. Una vez obtenida la plantilla se eliminaron todos los contenidos y algunas características predeterminadas para poder modificar y escoger la tipografía y los colores básicos. La estructura básica de todas las páginas consiste en un Header blanco con el menú y el logo y un Slider con algunas imágenes de la serie Lo Público que por la textura queda bastante atractivo.

Ha sido una de las partes más difíciles de realizar puesto que nunca había diseñado nada en el entorno Wordpress, después de un periodo de inactividad tras acabar la fase anterior y empezar las prácticas en la empresa *Samaruc Digital*, empecé a intentar entender como funcionaba. Poco a poco empecé a comprender el sistema de maquetación, tras algunas pifiadas catastróficas (nunca se debe modificar la plantilla base a no ser que sean pequeños detalles controlados). Se mantuvieron los colores de la identidad visual, añadiendo al diseño separadores con pequeñas figuras triangulares V. Además, Wordpress se actualizó y durante una semana no podía entrar a maquetar porque no se abría en el navegador. Después de esta semana vino otra más por un plugin que se había actualizado también y provocaba que muchos de los cambios realizados se borrarán o perdieran. Pero finalmente, se consiguió arreglar y continuar con el trabajo.

Los contenidos de la web se dividen en una página principal a la que se puede volver al hacer click sobre el logo, donde explica a modo de introducción el proyecto. El concepto sería el habitual ¿*Quiénes somos?* De las páginas web. Después ya se pueden ver los contenidos, estructurados en: Flujo de Vida, Relatos Menstruales y Jornadas. Dentro de Flujo de Vida se pueden encontrar las cuatro series fotográficas y dentro de Relatos Menstruales encontramos: Voces (Menarquías y Conversaciones), La Reunión, En incómodas Mensualidades y Mensua. Por separado se puede acceder a Col·lectiu Matria que engloba el foro Menstruación y Sociedad, que será la puerta abierta a la interacción plena con la comunidad, al Blog y el formulario de contacto. El blog está presentado en formato de Timeline, ya que todavía no hay demasiados post y se ofrece una vista más original que la habitual. Las secciones del blog que se presentan también están agrupadas por categorías .

Ahora mismo la web está preparada para presentarse públicamente, sin embargo, se seguirá desarrollando cada día incluyendo nuevos contenidos y mejorando la interfaz, tanto en diseño como en usabilidad y accesibilidad.

#### **5.4. Desarrollo Futuro del Proyecto o Fase 4**

A partir de este punto, se va a continuar el camino de la búsqueda de financiación y búsqueda de colaboradas para poder seguir desarrollando el proyecto en sus distintas formas. Mientras tanto se irán mejorando todos los contenidos actuales empezando por los siguientes puntos:

Revisión de la edición y montaje, sobre todo de audio. Subtitulación de todas las piezas de video en valenciano y castellano y, si procede, en otros idiomas. Mejorar la interfaz de la página web y añadir elementos para aumentar la participación de la comunidad como, por ejemplo, una hoja de instrucciones de cómo realizar los ciclo-retratos. Traducir toda la página web al valenciano. Aumentar los relatos sobre la menopausia y cosechar más opiniones de otros géneros.

Preparar exposiciones y proyecciones de los contenidos, crear materiales físicos como el mencionado libro de artista, láminas, calendarios de bolsillo, talleres de fabricación de compresas, etc.

Formalizaremos la documentación para crear un colectivo a nivel legal e iremos ampliando los talleres a actividades más sociales y educativas como talleres de fanzine, ciclos de cine, foros abiertos y asambleas, espacios especiales para el encuentro entre mujeres, etc.

Nuestra ambición sería, una vez llegadas al máximo alcance en España seguir narrando a nivel internacional, en una unión matrial globalizada.

## **6. Conclusiones**

Este proyecto ha sido, sin duda alguna, realmente estimulante. Desde los torpes primeros pasos, durante la concepción de la idea, hasta la primera versión de la página web. Hacía mucho tiempo que no me ilusionaba tanto creando y desarrollando un proyecto que, no solo se ha enmarcado dentro de una asignatura sino que ha cobrado vida y continuaré con su desarrollo hasta el máximo exponente del que sea capaz. Todavía es necesario mucho trabajo pero cuando se hace con ánimos y buenas intenciones el trabajo se transforma en afición y por lo tanto en placer.

Cuando empecé el máster iba a seguir un camino totalmente diferente al que ahora se me presenta. Iba a realizar el máster con el objetivo de entrar en el doctorado, de hecho hasta febrero estaba preparando un TFM, en la modalidad de investigación, sobre la figura de la mujer detective en las series de ficción de los últimos cien años. Pero hay ocasiones donde se te cruza una posibilidad por delante y tienes que cogerla o no. Decidí lanzarme, con mucho miedo de estar perdiendo el hilo de mi proyecto de vida o de no llegar a nada que valiera la pena. Sin embargo, con pequeños pasos, no me arrepiento nada de haber recorrido este trayecto. No solo he ganado confianza en



mí misma en el ámbito profesional, sintiéndome ahora capaz de poder abarcar o intentar realizar cualquier proyecto que se me plantee, sino que he descubierto mi vocación o, al menos, una de ellas.

La realización de este trabajo me ha hecho darme cuenta de que me siento satisfecha por no decir feliz al elaborar proyectos de carácter social que repercutan en algún aspecto a la sociedad, llamadas a la acción. Además, me gusta intentar encajarlos en las instituciones porque son un buen trampolín tanto en soporte económico como en repercusión.

Considero que el empleo del transmedia en proyectos de esta índole es realmente adecuado y merece la pena seguir intentándolo hasta lograr cambiar el modelo de negocio y mejore nuestra situación en esta patria nuestra que todavía sigue en pie de guerra. Creo que es una estrategia perfecta por las infinitas posibilidades que ofrece aunque hay que ir con pies de plomo y no volar demasiado alto mientras se van contruyendo todos los aspectos que conformaran el proyecto final porque sino es muy fácil perder los objetivos que se habían planteado a priori o simplemente que la realización de la misma impida la buena transmisión del mensaje. Pero ahí recae la dificultad del transmedia, cuidar con mucho mimo cada aspecto por nimio que sea. En definitiva, quizás sea el momento de seguir apostando fuerte por el transmedia en la no ficción. Quizás sea el momento de hacer proyectos que luchen por la verdadera igualdad y favorezcan la comunidad y no la separación.

## 7. Referencias documentales y bibliográficas.

Arnau Roselló, Roberto. (2016): Estrategias Transmedia y enunciación desde los márgenes: El universo narrativo de The Undocumented, Marco Williams, 2013. En: *Icono 14*, vol 14, 233-257.

Berenguer, Xavier (2004): La narrativa interactiva. Primers apunts per a un estudi comparatiu. Narrativa multilíneal versus narrativa lineal: entre la continuïtat i la ruptura. [Trabajo de Doctorado en Comunicación Social]. Universitat Pompeu Fabra. [Accesible en: <http://www.upf.edu/pdi/dcom/xavierberenguer/cursos/interact/treballs/malaret.pdf> ]

Butler, Judith (2006) [2004]. *Deshacer el género*. Barcelona: Paidós.

Català, Josep Maria (2010). La necesaria impureza del nuevo documental. En: *Líbero*, vol. 13, nº 25. Sao Paulo, p. 45- 56.

Català, Josep M. (2011). Reflujos de lo visible. La expansión post-fotográfica del documental. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº 2. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 43-62.

Costa Sánchez, Carmen (2013). Narrativas Transmedia Nativas. En: *Historia y Comunicación Social*, Vol. 18. Nº Esp. Dic. Madrid: Revistas Científicas Complutenses, 561-574.

Fuentes-Pérez, Ileana (1997). De Patria a Matria (1997). En: *Cuban Studies Association Occasional Papers*. 14. [ Accesible en: <http://scholarlyrepository.miami.edu/csa/14> ]

Galarza, Emelina; Cobo, Rosa; Esquembre, Mar (2016). Medios y violencia simbólica contra las mujeres. En: *Revista Latina de Comunicación Social, Extra violencia de género y comunicación*, no 71. La Laguna: Laboratorio de tecnologías de la información y nuevos análisis de comunicación social, Universidad de La Laguna, 818-832.

Gifreu, Arnau (2011). El documental multimedia interactivo como discurso de la no ficción interactiva. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente. En: *Hipertext.net*, 9. [Accesible en: <http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-9/documental-multimedia.html>].

Gifreu, Arnau (2012), El documental interactivo como nuevo género audiovisual. Estudio de la aparición del nuevo género, aproximación a su definición y propuesta de taxonomía y de un modelo de análisis a efectos de evaluación, diseño y producción. [Tesis doctoral]. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Departamento de Comunicación.

Gifreu, A. (2013). *El documental interactivo. Elementos para su análisis, diseño y producción*. Barcelona: UOC Press. Editorial UOC.

Gómez Tarín, Francisco Javier (2011): *Elementos de narrativa audiovisual: expresión y narración*. Santander: Shangri-la Ediciones

Nichols, B. (1997): *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental*. Barcelona: Paidós.

González, Daniel; Marcos, Mari Carmen (2013). Responsive web design : diseño multidispositivo para mejorar la experiencia de usuario. En: *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*. Desembre, núm. 31.

Le Goff, Marcel (1995). *Jorge Luis Borges: el universo, la letra y el secreto*. Librería Linardi y Risso. p. 320.

Marín, Llanca (2005). La Matria Mapuche. En: *Mujeres en Red: El periódico Feminista*, Azkintuwe Noticias. [Accesible en: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1359>. 14/09/2017]

Nielsen, Jakob (2000). *Usabilidad. Diseño de páginas web*. Editorial Prentice Hall.

Sánchez-Labela Martín, Inmaculada (2016). ¿Cómo abordar la construcción de los personajes creados para ficción? Una herramienta para el análisis desde una perspectiva narrativa y de género. En: *Martín Oller, Alonso (coord.); Torna Márquez, MaCruz (coord.). Comunicación, periodismo y género. Una mirada desde Iberoamérica.* Sevilla. Egregius, 277-303.

Scolari, Carlos Alberto (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan.* Barcelona: Deusto.

Tous, Anna (2008). El text audiovisual: anàlisi des d'una perspectiva mediològica. *[Tesis Doctoral]*. Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona.

Varela, Nuria (2016) [2013]. *Feminismo para principiantes.* Barcelona: Ediciones B.

Woolf, Virginia (2003)[1929]. *Un cuarto propio.* Madrid: Alianza Editorial.

Woolf, Virginia (2015) [1938]. *Tres Guineas.* Buenos Aires: Godot.

Zurián Hernández, Francisco; Herrero Jiménez, Beatriz (2014). Los estudios de género y la teoría filmica feminista com marco teórico y metodológico para la investigación en cultura audiovisual. En: *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria.* Vol. 14, no 3. Número Monográfico "Feminismo, estudios sobre mujeres y cultura audiovisual". Madrid: Ediciones Complutense.

## 7.1 Webgrafía

<https://quevivalamatria.com/> [Fecha de última consulta: 8-9-2017]

<https://www.proyectomatria.org/> [Fecha de última consulta: 8-9-2017]

<https://www.kickstarter.com/> [Fecha de última consulta: 10-9-2017]

<https://www.emerge-technology.com/> [Fecha de última consulta: 20-9-2017]

<http://jigarmehta.com/> [Fecha de última consulta: 20-12-2017]

<http://beta.18daysinegypt.com/> [Fecha de última consulta: 20-12-2017]

<http://www.thecatandthecoup.com/> [Fecha de última consulta: 20-12-2017]

<http://www.pikaramagazine.com/> [Fecha de última consulta: 20-12-2017]

<https://www.sumatalpacte.com/> [Fecha de última consulta: 21-12-2017]

<http://lasculpas.com/> [Fecha de última consulta: 19-12-2017]

[https://www.instagram.com/irene\\_ciclerretrat/](https://www.instagram.com/irene_ciclerretrat/) [Fecha de última consulta: 7-5-2017]

[https://www.instagram.com/maria\\_ciclorettrato/](https://www.instagram.com/maria_ciclorettrato/) [Fecha de última consulta: 7-5-2017]

