

INTIMIDAD, CONTROL Y REGULACIÓN DE LOS CUERPOS: MENOPAUSIA Y CLIMATERIO EN GRUPOS DE FACEBOOK

INTIMACY, CONTROL AND REGULATION OF BODIES: MENOPAUSE AND CLIMACTERIC IN FACEBOOK GROUPS

CECILIA BAEZA-CORREA

Universidad Diego Portales; cecilia.baeza@mail_udp.cl;  [0000-0002-9584-2563](https://orcid.org/0000-0002-9584-2563)

Historia editorial

Recibido: 16-05-2024

Aceptado: 30-05-2025

Publicado: 20-10-2025

Palabras clave

Estereotipos de género;
Autocontrol; Redes
sociales; Cuidado mutuo;
Menopausia y Climaterio

Resumen

La menopausia y el climaterio no solo son procesos fisiológicos, sino también tránsitos simbólicos y sociales, expuestos a sesgos edadistas y sexistas que dificultan una igualdad sustantiva. Al mismo tiempo, suelen ser experiencias invisibilizadas o estigmatizadas, lo que hace relevante visibilizarlas y problematizarlas. Este artículo presenta un análisis cualitativo, basado en el análisis crítico del discurso de *hashtags* identificados en grupos de Facebook de mujeres hispanohablantes que se autoidentifican en la menopausia o el climaterio, entre octubre y diciembre de 2022. Los principales hallazgos apuntan a: (1) la validación y circulación de prácticas regulatorias en torno al cuerpo, vinculadas a estereotipos que privilegian juventud y delgadez; (2) discursos de malestar y padecimientos físicos, emocionales y sociales; y (3) discursos motivacionales que generan apoyo y complicidad en esta etapa. El silencio histórico sobre este período estimula la necesidad de nuevas investigaciones centradas en sus sentidos y significados para las mujeres.

Abstract

Keywords

Gender stereotypes; Self control; Social networks; Mutual care; Menopause & climacteric

Menopause and climacteric are not only physiological processes but also symbolic and social transitions, subject to ageist and sexist biases that hinder substantive equality. At the same time, these experiences are often silenced or stigmatized, making their visibility and critical discussion essential. This article presents a qualitative study based on critical discourse analysis of hashtags identified in Facebook groups of Spanish-speaking women who self-identify as experiencing menopause and/or climacteric, between October and December 2022. The main findings point to: (1) the validation and circulation of regulatory practices around the body, linked to stereotypes that privilege youth and thinness; (2) discourses of discomfort and physical, emotional, and social suffering; and (3) motivational discourses that foster support and complicity during this stage. The historical silence surrounding this period highlights the need for further research focused on the meanings and significance that menopause and climacteric hold for women.

Baeza-Correa, Cecilia. (2025). Intimidad, control y regulación de los cuerpos: menopausia y climaterio en grupos de Facebook. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 25(3), e3685. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.3685>

Introducción

La menarquia, la menstruación, la gestación y la menopausia se presentan a lo largo de la historia de las prácticas técnico-médicas como marcas visibles de un cuerpo mandatado para la reproducción, y en cierto modo, predisposto al dolor y la enfermedad (López, 2007). La fisiología de las mujeres se padece, se experimenta cargada de repre-

sentaciones que aluden al sufrimiento como una suerte de destino incuestionable, donde la identidad reproductiva (mujer en tanto madre) que se inaugura biológica y socialmente con la menarquia, es narrada como una línea de tiempo unívoca que finaliza con la menopausia, y que tiene como protagonistas centrales de estas narrativas al útero, los ovarios o más contemporáneamente a las hormonas, en tanto fuentes no solo de procesos biológicos, sino que también de sentido y significado al hecho inevitable de ser un sujeto predeterminado por los avatares de su biología.

La menopausia y el climaterio son categorías técnico-médicas que se asocian al fin de la potencia reproductiva de las mujeres. La menopausia es un suceso biológico que marca la última menstruación y el climaterio, por su parte, refiere a los años previos y posteriores a la menopausia. Otra manera de referirse al climaterio es a través de dos categorías: perimenopausia y postmenopausia, aludiendo a las etapas previas y posteriores a la menopausia, aunque, en el caso de la duración de la postmenopausia, puede extenderse hasta el fin de los días de una mujer (Valenzuela et al., 2016).

Las investigaciones que se han desarrollado desde la antropología y la historia refieren a una valoración cultural y lugar que tienen socialmente las mujeres en esta etapa, permitiendo observar cómo el climaterio y la menopausia funcionan como una marca de género, con definiciones que tienen un peso político y social no solo para las mujeres, sino también para la sociedad en su conjunto (Downham, 2022; Houck, 2006; Lock, 1995; Lupton, 1996; Martin, 1987/2001; Worthman, 1995). Por lo tanto, la menopausia es categoría técnico-médica, pero también sociocultural.

Si bien la instalación de la categoría técnico-médica “menopausia”, a inicios del siglo XIX, buscaba despatologizar esta etapa y atribuía sus padecimientos en este período a prácticas moralmente cuestionables, como el consumo de alcohol y el exceso de actividad sexual (Downham, 2022, p. 43), la categorización de la menopausia como una enfermedad fue descrita y argumentada por el ginecólogo Robert Wilson en su libro *Feminine Forever* (1966), y su legado tiene repercusiones hasta ahora. La menopausia es definida como una enfermedad crónica producto de la deficiencia de estrógenos, curable a partir de la Terapia de Reemplazo Hormonal (TRH), y asegura de paso la posibilidad de ser femeninas por siempre (Houck, 2006, p. 209). Bajo este paradigma, las mujeres, sin mediar sus particularidades, estarían condenadas a sufrir la enfermedad de la menopausia, por lo que sus cuerpos sin el adecuado control y supervisión médica estarían condenados a sufrir esta enfermedad.

Considerar esta etapa como una enfermedad puede significar una desapropiación de las mujeres para gestionar autónomamente sus cuerpos, con el riesgo de ceder el control total a la medicina especializada y el impacto simbólico y material asociado a

considerarse enferma solo por el hecho de ser mujer. Desde una vereda distinta también es y ha sido patente (Downham, 2022; Houck, 2006) que desde las propias mujeres se ha levantado un malestar asociado a la experiencia de la menopausia y el clima-terio, que da cuenta de cambios radicales que malogran el bienestar cotidiano, a raíz de molestias tales como los bochornos, la resequedad generalizada, el dolor corporal, a las que se suma cambios en el estado anímico y emocional, como también pérdida de memoria y concentración. Estos desajustes y padecimientos agradecen las posibles respuestas que desde la producción biomédica han surgido, que, de manera opuesta a lo presentado al inicio de este párrafo, impactan positivamente en la posibilidad de gestionar distintos aspectos de la vida cotidiana, como por ejemplo la vida sexual, los vínculos sociales y la vigencia económica a través de la continuidad productiva.

Es en esta etapa donde se recrudece la presión social por conservar todos aquellos signos visibles de la juventud, urgencia sostenida en discursos edadistas con visiones negativas acerca del envejecimiento de las mujeres, que se presenta como una pérdida de atributos culturalmente valorables, como la piel tersa, la musculatura firme, la delgadez, entre otras cualidades que configuran el estereotipo de la mujer deseable. Este proceso de devaluación social se inicia culturalmente con la menopausia (Freixas, 2018; The Lancet Regional Health – Americas, 2023). A esto se suman visiones más tradicionales acerca de la reproducción como un rol central en la vida de las mujeres, cuya pérdida implicaría un menoscabo en la feminidad (Dois et al., 2021). Las asociaciones negativas acerca del envejecimiento han incidido en que el relato cultural de la menopausia se haya situado en la esfera privada, siendo incluso allí silenciado y teñido por un halo de vergüenza y tabú (Freixas, 2018). La menopausia ha sido vista como una pérdida, como un ocaso, un estigma que se debía ocultar, mantener en secreto.

La aparición de arrugas, canas, y otras transformaciones asociadas al envejecimiento, amenazan con menguar el atractivo erótico, incide no solo en la autoimagen disonante a los estereotipos de belleza y consecuente impacto negativo en la autoestima (Finch et al., 2023; Kracht et al., 2022; Raynal et al., 2022; Temple et al., 2024; Vogel et al., 2014; Young y Kotera, 2022), sino también en otros ámbitos, tales como la participación en relaciones sociales e incluso una menor competencia en el mercado laboral (Illiouz y Kaplan, 2020).

Sumado a lo anterior, se espera que sean las propias mujeres quienes modelen este estereotipo, bajo el argumento de que decidir sobre el propio cuerpo es la única manera de interceder sobre la propia vida, lo que en este caso significa ajustarse a un estereotipo de género, que entrelaza juventud, belleza y feminidad (Esteban, 2004). Es partir de esta tríada que las mujeres somos interpeladas e incluso exigidas socialmente a no envejecer. Esta norma de género implícita ha impulsado, por ejemplo, un creci-

miento exponencial de la industria de la belleza y sus productos “antiedad”, que ofrecen desde productos cosméticos, terapias antiedad a cirugías estéticas (Anti-Aging Market Size..., 2025).

Sumando presión a lo recién presentado, en esta etapa también pueden ocurrir cambios significativos en los roles y configuraciones familiares, como es el caso de mujeres con hijos e hijas adultas, que al independizarse provocan profundas sensaciones de vacío y soledad o, por el contrario, negociaciones en torno los vínculos y posiciones de las mujeres, en el caso de hijos/as que viven aún en el hogar parental a pesar de ser personas adultas (Gonçalves de Abreu et al., 2022). Puede que en esta etapa, también, madres, padres u otras figuras significativas de edad avanzada requieran cuidados especiales o incluso fallezcan. Los nuevos roles que emergen asociados a estas situaciones impactan significativamente el estado emocional, e incluso a una depresión mayor (Gonçalves de Abreu et al., 2022).

El silencio en torno a esta etapa y la manera en que impacta la vida de las mujeres ha tenido importantes excepciones en los últimos años, de la mano de los espacios públicos digitales y, en específico, los espacios de interacción habilitados a través de las redes sociales. Si bien las redes sociales han reforzado los estereotipos de belleza asociados a las mujeres (Infante et al., 2023), en un sentido distinto, se han configurado interesantes espacios que han visibilizado luchas y reivindicaciones de las mujeres (Astudillo et al., 2023) o sencillamente se han posicionado como espacios de apoyo y contención (Prescott et al., 2020), asociados a la autonomía del cuerpo y la necesidad de información acerca de temas como la menstruación, la gestación y el caso que presentará, la menopausia.

En este escenario es relevante identificar de qué manera las mujeres hablamos de un tema que hasta hace algunos años era considerado un tabú asociado a la vergüenza y el menoscabo (Freixas, 2018), en busca de entender cómo los actuales discursos acerca de la menopausia son significados y revitalizados por las mujeres que viven esta etapa, al evidenciar y problematizar la experiencia de envejecer no solo como un proceso fisiológico, sino también como un tránsito simbólico y social, vulnerable a sesgos y estereotipos edadistas y sexistas que impiden el ejercicio de una igualdad sustantiva de toda la ciudadanía. En específico, analizaré los *hashtags* presentes en grupos de Facebook conformados por mujeres que se autoidentifiquen en esta etapa, públicos o privados y que tienen como propósito central compartir ideas, información y testimonios, acerca de cómo se vive la menopausia y el climaterio. Se trata de grupos conformados por mujeres de habla hispana, cuyo origen específico no es posible de identificar, dado el carácter anónimo de los perfiles. Los *hashtags* serán analizados en tanto discursos.

El trabajo de campo fue realizado entre septiembre y octubre del 2022. Cabe señalar que estos grupos siguen vigentes a la fecha.

Este trabajo lo he desarrollado desde una aproximación con perspectiva de género, en tanto el análisis enfatiza la manera en que los discursos identificados refuerzan o tensionan estereotipos y mandatos de género tradicionales en torno a la mujer en la etapa del climaterio, que se basan en normas, valoraciones y expectativas culturales asociadas. La importancia de trabajar desde una perspectiva de género radica en que la menopausia, tal como ya se ha señalado, es y ha sido una marca de género que ha posicionado socialmente y entregado valor a las mujeres que transitamos esta etapa, por lo que entender los discursos acerca de la menopausia implica también entender los discursos de género respecto de las mujeres en esta etapa. En los próximos apartados aludiré con mayor detalle a las implicancias de esta aproximación.

La menopausia entonces opera como una identificación, que remite, en tanto noción de identidad, a una repetición constante entre lo que es, lo que se proyecta y lo que se percibe (Steffan, 2020), por lo que su vivencia supone aspectos individuales y aspectos sociales. En el caso de la identificación como mujer, supone una serie de características sociales, corporales y subjetivas, que de forma material y simbólica se adecúan a los discursos con relación al ser mujer, con la experiencia vivida, planteando límites y noción de sí misma (Ferrer y Bosch, 2013; Lagarde, 1990). El principal eje de estas características es el “Ser-Para-Otros”, en donde el cuidado, el amor y la belleza física son sus principales atributos (Ferrer y Bosch, 2013). En aproximaciones al tema de la identidad durante el climaterio y la menopausia, se han identificado negociaciones que varían de manera opuesta y paradojal entre un proceso de configuración identitaria neoliberal que se resiste a la menopausia y una identidad que recurre a un habla más comprensiva sobre lo que significa atravesar la menopausia, al visibilizar sus malestares y necesidades de adaptación (Steffan, 2020).

Los mandatos y estereotipos de género remiten a las expectativas sociales y modelos normativos con relación a las prácticas de mujeres y hombres, que modelan, a su vez, interacciones sociales y sexuales, a partir de un modelo heteronormado y hegemónico (Ferrer y Bosch, 2013; Lagarde, 2000). En el caso de las mujeres, de forma consistente a la configuración de las identidades, se espera que ejerzan roles de cuidado principalmente asociados al núcleo familiar y a la pareja, pues el amor y el afecto son las cualidades centrales (Ferrer y Bosch, 2013). Se espera también que sean personas deseables, con el aspecto físico como rol preponderante, por lo que, como parte de los mandatos y estereotipos asociados a lo femenino, está el atractivo enmarcado en los cánones de belleza imperantes (Bordo, 1993/2003). Estos mandatos y estereotipos de género van cambiando a lo largo del curso de vida de las mujeres y, junto al proceso

de envejecimiento, comienzan a tensionarse los roles asociados al cuidado y la maternidad, como también a los atributos de belleza (Muñiz, 2014). En este sentido, los estereotipos son caracterizados en función de la noción de pérdida: de la fertilidad, de la juventud, de la salud, de la belleza, entre otras cualidades valoradas social y simbólicamente.

Tanto las identificaciones, los mandatos y los estereotipos de género son percibidas y valoradas desde la propia experiencia, pues imponen cánones y prácticas de regulación respecto del propio cuerpo, las emociones y los vínculos interpersonales basados en esta valoración y regulación. La centralidad de los cambios corporales y emocionales detectados en esta etapa tiene un foco en la percepción de una variación nociva asociada al descontrol, a una imagen corporal negativa y la pérdida de calidad o directamente la desaparición de las relaciones sexoafectivas (Coslov et al., 2024).

Autoconstrucción de estereotipos de género y del habla de las mujeres en el espacio digital

Los discursos y construcciones culturales con relación al género tienen una influencia, directa o indirecta, en la manera en que las personas se representan a sí mismas en espacios digitales. En los últimos 40 años, académicas feministas se han abocado a la imbricación entre la manera en la que se configuran los discursos y el género (Bucholtz, 2014; Cameron, 1997; Kendall y Tannen, 2005; Lakoff, 2004), lo que ha permitido construir un campo de saberes que nos permiten identificar de qué manera las ideas e imaginarios en torno al género impactan en los discursos. Si bien este campo fue desarrollado a partir de académicas de habla inglesa y su fuente ha estado principalmente en esta lengua, los principios, que desde ahí se presentan, bien pueden ser aplicados en análisis dados en otras lenguas, en este caso de mujeres latinoamericanas de habla hispana, atendiendo a los contextos particulares como principio ordenador (Acuña, 2015; Bucholtz, 2014; Eckert y McConnell-Ginet, 1998).

Un estudio cualitativo desarrollado en Canadá (Lane, 2022) que buscó explorar cómo los discursos de género influyen en la forma en que las mujeres crean representaciones digitales, tuvo, dentro de sus hallazgos principales, evidencia acerca de la permanente tensión en las negociaciones que las mujeres deben hacer en torno a los discursos hegemónicos de belleza, de heteronormatividad y de profesionalismo, al crear estas autorrepresentaciones digitales en Facebook, y que lidian a su vez con las percepciones de sí mismas y de cuán aceptadas son socialmente y cómo son recibidas por la audiencia (Lane, 2022).

Estos discursos hegemónicos pueden ser observados como una configuración estereotipada de género, que remite a la imagen de una “supermujer” que ya no solo cumple con los cánones exigidos tradicionalmente con relación al trabajo reproductivo, sino también entran en juego las exigencias propias del mundo productivo, y que en ningún caso abandonan su lugar en tanto “cuerpo de deseo” (Contreras y Castañeda, 2016). Se trata de nuevos estereotipos que revisitan los antiguos, que aumentan el nivel de exigencia en relación con el deber ser de las mujeres.

Robin Lakoff (2004), académica que inaugura el campo de estudio que cruza género y lenguaje, desde muy temprano ponía el énfasis en la relevancia que tienen los estereotipos de género que se producen a partir de cómo hablan las mujeres y cómo se habla de ellas. Ella indica en su texto inaugural que, a pesar de que los estereotipos correspondan a una dimensión abstracta del mundo social, no pueden ser ignorados, porque un estereotipo es la exageración de algo que tiene existencia y es posible de reconocer en el mundo cotidiano y, a su vez, son un referente de autoevaluación, respecto de que tan bien o qué tan mal se está al compararse con dicho estereotipo (Lakoff, 2004).

Existe evidencia en relación con los beneficios que generan los grupos de apoyo digitales (Prescott et al., 2020), principalmente en temas de salud mental y bienestar. La participación en uno de estos grupos permite que las personas se vinculen en transferencia de información y contención emocional a través experiencias compartidas, y se ha constatado la eficacia que tienen estos vínculos en la erradicación de sentimientos de soledad, rompimiento de barreras asociadas al estigma y promoción de un autoempoderamiento individual (Prescott et al., 2020). A pesar de que la etapa denominada climaterio y la menopausia en sí no son en estricto rigor enfermedades, su abordaje y vivencia, tal como ya fue presentado en la introducción y se observará en los resultados, en el caso de algunas mujeres se experimenta como si fuese una patología, por el padecimiento asociado a ciertas manifestaciones, como los bochornos, la resequedad vaginal, entre otros.

Lo presentado, para el caso de los grupos de apoyo digitales, puede tener una resonancia con los estudios iniciales en el campo de género y discurso, principalmente con aquellas líneas que profundizaron en las diferencias de género presentes en el habla, donde se afirmaba que, dentro de las características del habla de las mujeres, estaría la impronta del afecto y el cuidado mutuo (Tannen, 1994). En la década del 90 del siglo pasado, la lingüista Deborah Tannen propuso que las diferencias entre el habla de mujeres y hombres pueden ser observadas tal como si se tratase de diferencias culturales, con textualidades, prácticas y acervos simbólicos diferenciados (Bucholtz, 2014; Tannen, 1994). En particular, ella propone que las mujeres tienen una preferen-

cia cultural por el cooperativismo, la igualdad y por el desarrollo de una conversación con bases emocionales, conectada y orientada hacia la comunicación (Kendall y Tannen, 2005, p. 553); y los hombres, por su parte, manejarían otras preferencias, vinculadas en general a la competencia. Las mujeres tenderían a escoger opciones lingüísticas basadas en la simetría, en conversaciones que frecuentemente involucran problemas compartidos. Se señala incluso que “hablar sobre problemas es una actividad común para las mujeres en todo el mundo” (Kendall y Tannen, 2005, p. 553). En una línea similar, y que ya no solo considera un modelo conversacional particular para las mujeres, sino que asigna a este modelo un valor altamente positivo, la lingüista Jennifer Coates (1997) analiza el “habla de las mujeres” en un contexto de amistad, en el que identifica patrones como contar historias que activan el reflejo mutuo (efecto espejo) o permiten empatizar a partir de experiencias similares que van articulando sentimientos de confianza mutua como una clave para “hacer amistad” (Coates, 1997, p. 248).

Finalmente, me parece interesante indagar en las formas de regulación y control encarnado en el cuerpo de las mujeres (Bucholtz, 2014), a través de prácticas que encubren y descubren procesos de objetualización enfocados a generar ajustes en relación con los cánones y mandatos de belleza durante el climaterio.

Metodología

Se presenta un estudio exploratorio que busca aproximarse, desde una perspectiva de género, a discursos acerca del climaterio y la menopausia expuestos por mujeres que se autoidentifican en esta etapa y que participan de manera voluntaria en grupos públicos o privados de Facebook, que tienen por objetivo compartir experiencias y recomendaciones acerca de esta etapa. Entre septiembre y octubre de 2022, realicé una búsqueda, a través de mi perfil personal, de grupos que tuviesen como tema central el climaterio o la menopausia, descarté aquellos conformados o dirigidos por especialistas de la salud u otro perfil que no fuesen mujeres en esta etapa. Solo me remití a grupos en español, y para la búsqueda utilicé las palabras claves: menopausia, climaterio, perimenopausia y postmenopausia.

Esta búsqueda dio como resultado 6 grupos considerados de interés, que contaban con más de 300 seguidoras y estaban dirigidos a y desde mujeres autoidentificadas como “climatéricas o menopáusicas”. Para la inmersión en el campo, desarrollé una estrategia etnográfica para espacios digitales (Górlska, 2020), a través de la observación directa y el contacto con informantes claves.

Las descripciones de cada uno de los grupos presentados en la tabla 1, indicaban que estaban dirigidos a mujeres biológicas y, en el caso de los grupos privados, esta ca-

racterística era un requisito para ser aceptada como parte del grupo. Para tener acceso a los grupos públicos, seguí las cuentas a través de mi perfil y, en el caso de los grupos privados, solicité acceso y tras responder un pequeño cuestionario de una o dos preguntas alusivas a mi edad e intereses de participación, fui aceptada. Cabe señalar que cumplía con las características requeridas para el ingreso, en tanto mujer de 50 años que transita la denominada etapa del climaterio.

N.º	Nombre	Seguidoras
1	Climaterio Y Menopausia.	2200
2	Luchando Contra El Climaterio Ó Premenopausia!!!	335
3	Menopausia Libre!!	322
4	Pre Menopausia, Menopausia Y Calidad De Vida	5100
	Dios Le Da Las Batallas Más Duras A Sus Mejores Guerreras	
5	Menopausia Sus Síntomas (Causas) Y Mas	1700
6	Adiós Menopausia	2700

Nota: Información disponible en diciembre 2022

Tabla 1. Grupos de interés

En consistencia a lo presentado por la guía de ética para investigación en internet, elaborada por la Asociación de Investigadores en Internet (AoIR) (Franzke et al., 2020), una vez que había ingresado a los grupos, públicos y privados, expuse de manera interna a las administradoras de cada grupo mi objetivo, indicándoles que toda la información recabada sería anonimizada, que no utilizaría capturas de pantallas, citas textuales, ni historias personales. Una vez aceptadas las condiciones por las administradoras, informé a través del muro de los grupos acerca del estudio, frente a lo que obtuve como respuesta palabras de aliento e interés. Los aspectos éticos fueron aprobados por el Comité de Ética de la Universidad de Santiago de Chile.

A partir de un período de observación que se extendió entre octubre y diciembre de 2022, identifiqué que quienes interactúan en estos grupos lo hacen a través de perfiles con nombres completos o apodos, donde no es posible identificar si la información corresponde a datos verídicos, desvirtuados o directamente falsos. Sin embargo, manifiestan interés por temáticas comunes y este interés se deja ver en las siguientes prácticas: (1) “posteo” (publicaciones) de información alusiva al tema común, ya sea a través de videos, información gráfica o enlaces a textos; (2) realización de preguntas abiertas al grupo, que en general aluden a identificar experiencias compartidas, asociadas principalmente a padecimientos o problemas relacionales, destacándose alusiones a la vida sexual; (3) comentarios de la información publicada o respondiendo a las preguntas; (4) posicionamiento de temas a través del uso de *hashtag* o etiquetas. Cada una de estas acciones discursivas puede ser realizada con absoluta libertad —cuando se es parte en el caso de los grupos privados—, ciñéndose a normas específicas señaladas en

cada caso, como, por ejemplo, no utilizar el grupo para vender productos o dar consejos médicos.

Luego de este período de observación, opté por trabajar con la función denominada “temas de grupo” que, al ser desplegada, los presenta bajo la etiqueta clasificatoria *hashtag* (#), y que son el objeto específico que se analiza a través de este estudio. Con el advenimiento de las redes sociales se han convertido en una suerte de “conversación rastreable”, que permite seguir el hilo de un discurso, que genera la posibilidad de descubrir qué está hablando la gente, casi en tiempo real (Zappavigna, 2015). Según la lingüista australiana Michele Zappavigna, este tipo de etiquetas puede tener distintos tipos de funciones lingüísticas: (1) experiencial, en tanto experiencia de representación; (2) interpersonal, de negociación de relaciones; y (3) meta-funciones textuales, de organización de la información (Zappavigna, 2015, p. 278). Para la académica, el *hashtag* es un “significado en contexto”, lo que, en otras palabras y desde una perspectiva semiótica social, constituye al *hashtagging* como una práctica social.

En este sentido, los *hashtags* son entendidos como parte de un discurso mayor, que a su vez propone una visión de mundo que moviliza subjetividades y genera a su vez ideologías culturales (Zappavigna, 2015). La observación de los *hashtags* en tanto síntesis comunicativa orienta e invita a rastrear los contenidos asociados a lo que se enuncia en una palabra o frase, y da cuenta de significados, sentidos y construcciones simbólicas que pueden ser situadas en un marco ideológico particular, en este caso, asociado al género y el envejecimiento.

El *corpus* estuvo conformado por palabras o frases cortas (*hashtags*). En diciembre de 2022 fueron recabados 291 *hashtags* asociados a la función temas de grupo, por lo que, al organizarlos, descarté los repetidos y que no tenían pertinencia al tema o al grupo, y quedaron un total de 133 *hashtags*, que fueron organizados temáticamente en: (1) etiquetas asociadas al climaterio y menopausia, (2) salud física y emocional, y (3) prácticas regulatorias. Posteriormente, procedí a la construcción de temas y categorías de análisis definidas en función de los contenidos emergentes y el marco conceptual construido para este estudio. Por lo que, finalmente, el universo de estudio quedó conformado por 119 *hashtags* identificados con la función de los temas de los 6 grupos de Facebook, que son identificados en la tabla 2.

Respecto del análisis, fue orientado por el análisis crítico de discurso (van Dijk, 2000), que sitúa las producciones discursivas como parte de estructuras socioculturales e ideologías particulares, en este caso, asociadas a los discursos en torno al climaterio y la menopausia. Los *hashtags* específicos fueron organizados en matrices que permitieron

ten observarlos en su totalidad, para después ofrecer una visión más amplia respecto a cada búsqueda. Los criterios de agrupación serán explicados en cada caso.

Temas	Categorías
Identificaciones asociadas al clima- terio y menopausia.	Identidad de género Identidad etaria
Bienestar	Bases del bienestar Autoestima Control médico
Prácticas regulatorias	Mandatos de género Autocontrol

Tabla 2. Temas y categorías

Análisis e interpretación del corpus: conversaciones a través de los *hashtags*

Tal como ya fue presentado, los *hashtags* se despliegan como temas de los grupos, dando cuenta de un hilo conductor para la construcción de sentidos y significados compartidos, asociados al climaterio y la menopausia, y presenta a su vez como características de una identidad colectiva, entendida como la consolidación de articulaciones discursivas asociadas al género, con relación a “ser una mujer climatérica”.

Identificaciones asociadas al climaterio y la menopausia

Se trata de los *hashtags* o etiquetas que estuvieron asociadas a este tema, y aluden directamente a la autorrepresentación, ya sea en términos de género o edad.

Tal como se puede apreciar en la tabla 3, en la columna correspondiente a la identidad etaria, se alude, por una parte, a la marca biológica del período como la menopausia, la peri-menopausia y el climaterio, pero también se indican edades concretas respecto de las cuales se construye una identificación compartida y a la vez transitoria; en tanto enfatiza la edad como un punto de encuentro y a la vez de significación, que congrega a mayores de cierta edad en temas de interés compartidos, en este caso asociados directamente a la identificación como mujeres en contexto de climaterio o menopausia. Luego, la categoría “mujer” se presenta como una entidad en sí misma desplegada en caracterizaciones valoradas positivamente, se connotan valores articulados en los siguientes ejes: belleza (guapa y reina), salud (natural, saludable, sana) y autonomía (emprendedora, madura, valiente). Cabe señalar que estos descriptores coinciden con los mandatos hegemónicos de la belleza y la autonomía económica que hacen alusión a un estereotipo de una mujer que, para completarse, debe asumir una multi-

plicidad de roles de manera simultánea, una “súpermujer” que es capaz de equilibrar distintas dimensiones; y en donde se reconoce a su vez un sustrato biológico determinante, presentado en este caso como un anclaje inevitable con su naturaleza y definido como #vidahormonal. Cabe señalar que el contexto de estos *hashtags* es consistente con un discurso de carácter motivacional, que se encuentra en conflicto con aspectos opuestos a lo presentado: desajustes con relación a la belleza hegemónica, afectación de la salud física y emocional, y pérdida sistemática de la autonomía; y que se presentan en extenso asociados a las nociones de bienestar.

Identidad de género	Identidad etaria
#mujer	#vidahormonal
#mujeresemprendedoras	#climaterio
#mujeresguapas	#premenopausia
#mujermadura	#manopausia_total
#mujernatural	#menopausia
#MujerSaludable	#despuesdelos40
#MujerSana	#masde40
#mujervaliente	#masde50años
#Hormonales	#masde60
#reinassinreglas	

Tabla 3. *Hashtags* de construcción identitaria

Autoestima y bienestar

Tal como se puede observar en la tabla 4, he agrupado las nociones de bienestar y autoestima, ya que en su contenido ambas remiten al autocuidado y la conciencia de sí, enfocadas a lograr un estado de salud. Esta propuesta de temas a través de los *hashtags* contrarresta las narrativas que sitúan esta etapa como un período en la vida de las mujeres asociado al advenimiento de enfermedades y la decadencia generalizada del cuerpo, de la juventud, del potencial erótico, del rol social, entre otras dimensiones de la vida que son presentadas más adelante.

En la tabla 4 puede observarse cómo la salud es apreciada como un deseo, observable en #Bienestar, #Bienstardelamujer, #menopausiasaludable, #menopausifeliz, asociado a su vez a un mandato visible en palabras o frases de carácter motivacional como: #actitudpositiva, #Vitalidad, #aprendeavivirsinnmiedos, #vidasaludable, entre otros. Los conceptos que aluden a la autoestima, el amor propio y el autocuidado se conjugan con etiquetas que hablan de la conciencia en distintas variaciones, y en su conjunto presentan la posibilidad de autogestión del bienestar, a partir de procesos de toma de conciencia individual, como #climaterioconsciente, #despertardeconsciencia, #menopausiaconsiente, #autocuidadoconsciente.

Bienestar	Bases del bienestar	Autoestima
#Bienestar	#sexualidadconsciente	#amorpropio
#bienestardelamujer	#energía	#ámate
#estilodevidasaludableyactivo	#erotismoysexualidad	#amateatimisma
#menopausianatural	#estilodevida	#ámateMás
#menopausiasaludable	#Humor	#autoestima
#Salud	#inspiration	#quieretemUCHO
#Saludable	#motivación	#cuidartealos50
#Saluddelamujer	#motivacionmujer	#climaterioconsciente
#saludemocional	#aprendeavivirsinmiedos	#despertardeconsciencia
#Saludfemenina	#Calidad	#menopausiaconsiente
#saluDMejor	#Vitalidad	#autocuidadoconsciente
#Saludmental	#SonríeALaVida	#confianza
#Saludybienestar	#creatividad	
#saludybienestarfisico	#Actitudpositiva	
#TuSalud	#Vidasaludable	
#autoconocimientoybienestar	#Vidasana	
#menopausiafeliz	#Vivirsano	
	#VivoSaludable	
	#evolucionar	
	#madurezemocional	

Tabla 4. *Hashtags* de bienestar y autoestima

El carácter discursivo conversacional explícito de estos *hashtags*, en tanto son presentados por mujeres que comparten una experiencia similar, da cuenta de la intención de crear un espacio propicio para el apoyo mutuo, y hace eco de la noción de espejo presentada por Jennifer Coates (1997), que, desde una práctica emocional, permite la creación de un espacio afectivo, orientado al cuidado.

Sin embargo, la complejidad que puede implicar este mensaje es que, a pesar de lo recién indicado, supone también un estado de malestar posible de ser modificado a partir de una decisión individual, lo que impide observar aspectos que corresponden a mandatos hegemónicos vinculados, por ejemplo, a la belleza y a las condiciones materiales o estructurales de cada una. Todas estas preocupaciones aparecen ya no en los temas identificados con *hashtags*, sino que en las publicaciones, respuestas y reacciones que se dan en la página principal de este grupo.

Cada uno de estos temas y categorías comunica un mensaje motivacional que atiende a la presentación frecuente por parte de las mujeres participantes de cuadros depresivos que, a su vez, son considerados desde la literatura biomédica como una ma-

nifestación propia de esta etapa (Palacios, 2020). En este sentido, es consistente con lo señalado en la literatura presentada que refiere a la manera en que las mujeres estructuran sus conversaciones; acerca de propender a la generación de espacios de contenido basado en la presentación de problemas personales, que, en un proceso de efecto espejo, se colectivizan y buscan una resolución compartida, basada en el cultivo de la autoestima sostenida en la autoaceptación y una mirada positiva de la vida y sus acontecimientos. Esta alocución contrasta con las vivencias presentadas, tiene como función explícita arengar a las mujeres que, tal como se afirma en uno de los títulos de estos grupos, serían “guerreras con las pruebas más difíciles”.

Control médico, menopausia y climaterio

Las siguientes etiquetas que se presentan dan cuenta de una apropiación y una resignificación de información biomédica acerca de esta etapa, en tanto son las propias mujeres las que comparten esta información, como prácticas de cuidado mutuo y no como autoridad médica. En este sentido, la información es compartida a modo de consejo —o presentada como el referente a consultar— para aligerar los padecimientos de esta etapa. Si bien entonces la narrativa médica es considerada la voz autoritativa acerca de estas temáticas, la manera en que circula contiene posicionamientos materiales y corporizados de las mujeres que los inscriben en estas plataformas.

El primer grupo de *hashtags* de la tabla 5 presenta un conjunto de sintomatologías que se asocian a esta etapa y son coincidentes con la literatura especializada, que ya fue presentada en la introducción de este artículo. En su conjunto, dan cuenta de una nueva configuración corporal que propicia el malestar, dando cuenta de un habitar corporal definido por una sensación de incomodidad (alergias, bochornos, cansancio, fatiga, sofocos) que enmarca un bienestar emocional desfavorable (depresión, irritabilidad, ansiedad). Este sustrato físico y emocional se explica en tanto síntomas que, a su vez, generan una propensión a sufrir enfermedades colaterales, descritas en el segundo grupo de palabras, y que, si bien no son parte directa de la sintomatología del climaterio, son una manifestación estrechamente vinculada a esta etapa, como es el caso de las enfermedades cardiovasculares.

Mandatos regulatorios y autocontrol

En el caso de estas últimas categorías, presentaré en primera instancia *hashtags* que abordan la regulación de la alimentación y luego otras prácticas regulatorias asociadas al consumo de fármacos, principalmente hormonas, como también al uso de otras medicinas no biomédicas. Finalmente, presentaré un conjunto de *hashtags* que sitúan la menopausia y el climaterio como un desafío a superar.

Síntomas	Enfermedades asociadas
#acne	#diabetes
#alergias	#hiperstension
#Bochornos	#miomasuterinos
#cansancio	#osteoporosis
#colicosmenstruales	#ovariospoliquisticos
#DolorDeCabesa	#polipos
#fatiga	
#sequedadvaginal	
#sofocos	
#ansiedad	
#depresion	
#depresionmenopausia	
#insomnio	
#irritabilidadmenopausia	
#sintomasdemenopausia	
#sintomasmenopausia	

Tabla 5. *Hashtags* de climaterio/menopausia como padecimiento

En el caso de prácticas de control y regulación corporal a través de la alimentación, aparece, de manera implícita o explícita, la delgadez o constricción corporal como una fuente de valoración asociada a los cánones de belleza hegemónica.

Un primer aspecto saliente del conjunto de *hashtags* presentes en la tabla 6 es su amplia presencia cuantificable, contiene aspectos que van desde lo genérico (nutrición, nutricionista y su sinónimo “trofóloga”), pasando por alusiones a la correcta manera de alimentarse (alimentación sana, saludable y buena), hasta las normativas que refieren directamente a la limitación en el alimento, enfocada a perder peso. La “dieta”, como práctica y como significado, aparece en múltiples dimensiones: dieta, dietas, no dieta, no es dieta, stop dietas. La presencia de esta multidimensionalidad da cuenta de la importancia y las tensiones que genera esta práctica que tiene por objetivo el modelamiento de los cuerpos: adelgazar, adelgazar sano, bajar de peso, perder peso y perder grasa abdominal. Aparecen como etiquetas que aluden al mandato de delgadez, y que, a su vez, es vivido como una batalla que presenta reforzamientos y resistencias. La batalla se libra en el propio cuerpo, en él y en contra de él. Si bien este tema puede ser observado como un mandato de género extendido para las mujeres de todas las edades, e incluso también a los hombres, el aumento de peso es identificado como una de las principales complicaciones de la menopausia, asociado a prácticas y comporta-

mientos en este período y no necesariamente con un origen fisiológico (Leitão et al., 2024).

Regulación de la alimentación	
#adelgazar	#nutricionymujer
#nodieta	#comebien
#adelgazarsano	#nutrientesesenciales
#noesdieta	#comersano
#alimentacionsaludable	#perderpeso
#Nutrición	#comidasaludable
#alimentacionsana	#pierdegrasaabdominal
#nutricionista	#comidasana
#alimentoscontralossofocos	#stopdietas
#nutricionsaludable	#dieta
#bajarpeso	#Trofóloga
#nutricionymenopausia	#dietas
#bajoencalorias	

Tabla 6. Hashtags de regulación de la alimentación

En la tabla 7 podemos observar que, dado el carácter de estos grupos, la alusión a terapias biomédicas, como es el caso de la Terapia de Reemplazo Hormonal (TRH), son escasas y acotadas.

Terapias no biomédicas	Terapias biomédicas
#aceitesesenciales	#estradiol
#Aromaterapia	#FemPlus
#ayurveda	#Hormonas
#limpieza	#hormonasbioidenticas
#waterdetox	#hormonasfemeninas
#jugos	
#Batidos	
#Pitaya	
#Papaya	
#antioxidantes	
#BlossoMe	
#flordelupulo	
#Isoflavonas	
#Vitaminas	

Tabla 7. Hashtags de recomendaciones terapéuticas

En el caso de las terapias no-biomédicas, la variedad es un poco mayor, observándose la recomendación de ingesta de suplementos alimenticios, vitaminas o alimentos que jueguen un rol medicinal (jugos, papaya y pitaya), como también prácticas que podrían clasificarse como propias de “medicinas complementarias”, ya que no conforman un sistema médico complejo ni muy elaborado, pero sí se presentan como alternativas para complementar terapéuticamente este proceso (aromaterapia, ayurveda, waterdetox).

En suma, las recomendaciones terapéuticas dan cuenta de una búsqueda por controlar y regular cuerpos que aparecen como fuera de control, en una lucha constante por superarse a sí mismos y, en definitiva, ganar una batalla al paso del tiempo y el envejecimiento que este transcurso conlleva. Esta última idea se presenta en los *hashtags* #adiosmenopausia, #luchando, #luchandocontraelclimaterioopremenopausia. Al observar estas últimas frases, es posible apreciar que, dentro de las improntas que se tienen acerca de esta etapa, está la negación activa que comunica la posibilidad incluso de eliminar esta etapa (¿dejando de envejecer?). A través de las consignas presentadas, puede entenderse, primero, que una situación deseable sería no experimentar esta etapa e, incluso, utilizar estrategias para no vivirla. Luego, esta noción de lucha se contrapone a las consignas de autoaceptación y conciencia desarrolladas en las primeras matrices presentadas, como también a la noción de “vida natural” que, entre otras cosas, podría aludir a la “naturaleza femenina/hormonal”; que si bien es esencialista, refiere a la aceptación de esta naturaleza. Se presenta, así, un escenario parojoal y contradictorio.

Conclusiones: el malestar de las mujeres en código biológico y la búsqueda de apoyo mutuo como camino al bienestar

A modo de conclusión indicaré los hallazgos principales que surgen del análisis y que versan fundamentalmente en torno a la sensación de malestar constante que acompaña al proceso del climaterio y la menopausia, y que es interpretado principalmente desde un fundamento biológico, junto a la respuesta colectiva que se fuga de lo biológico para centrarse en prácticas discursivas de apoyo y contención emocional, basadas en la experiencia compartida.

El primer hallazgo refiere a la continuidad y persistencia de estereotipos hegemónicos de género en los temas aludidos por los *hashtags*. Nocións de belleza y delgadez circulan a través de palabras o frases que, sin mayores explicaciones, presentan un imaginario donde el climaterio y la menopausia son una amenaza frente a la que se debe resistir. La pérdida del potencial reproductivo no parece ser el tema más sentido,

sino que los cambios progresivos que van dejando marcas asociadas al envejecimiento, visto como un desajuste progresivo del cuerpo, incluyendo aquellos aspectos que marcan la feminidad. Al igual que en otras etapas de la vida, las preocupaciones por el aumento de peso son muy relevantes, siendo la dieta una práctica de regulación y control que se presenta de manera transversal. A pesar de esta generalización, se observa en los discursos ciertas disruptivas, por ejemplo, #stopdietas, que dan cuenta de lo problemático que resulta el mandato de la delgadez para el cuerpo de las mujeres, si consideramos que quienes transitan el climaterio y la menopausia han estado gran parte de sus vidas observando y controlando el volumen de sus cuerpos.

Vinculado al punto anterior, se observa una aproximación a la autopercepción y autovaloración que también resulta problemática y en cierta medida parojo. Mirarse a sí mismas es presentado como una suerte de péndulo que fluctúa entre el amor propio como un mandato y el rechazo asociado a la pérdida material y simbólica de atributos valorados, como son la belleza y la salud. Esta oscilación acontece en el cuerpo, impacta la manera en que esta imagen ambivalente se consolida y guía las representaciones de sí y, por lo tanto, las autoidentificaciones que desde ahí se cimentan.

Un segundo hallazgo significativo se relaciona con observar las experiencias de malestar y padecimiento como parte de un proceso natural e inevitable. La narrativa biomédica juega un rol importante en el fortalecimiento de estos estereotipos, en tanto algunas descripciones ya mencionadas dan cuenta de este período como un desajuste patológico (hormonal) en el funcionamiento de los cuerpos, que tiene, por una parte, sintomatología propia y, por otra, genera propensión a sufrir nuevas enfermedades. Este descontrol “natural” tiene como respuesta exigencias de control y regulación que permitan no solo transitar esta etapa, sino que, más aún, superarla. Es así como el tradicional estereotipo que sitúa a las mujeres en el lugar del sacrificio, como un valor positivo y esperado, se vuelve poroso y se imbrica con el estereotipo de la “súpermujer” que, a partir de su valentía, es capaz de superar todo, incluso a la vejez. Es posible asociar este imaginario también a un lenguaje bélico, con alusiones que son visibles en el nombre de estos grupos, que utilizan conceptos como el de lucha, batalla y guerreras, para referirse a la experiencia de esta etapa. En este caso se trata de un enemigo interno, el climaterio y la menopausia, y la contienda ineludiblemente se libra en el propio cuerpo.

El malestar compartido, y expresado sistemáticamente en los hilos de conversación de estos grupos, pone a las hormonas como eje central de todo aquello que acontece a las mujeres a lo largo de sus vidas y que se expresa sintéticamente con el #vidahormonal. Si bien no fue presentado como parte de este estudio, el trabajo de campo incluyó la revisión de las publicaciones de cada uno de estos grupos, y constaté

que la explicación a prácticamente todos los aspectos negativos de esta etapa estaba dada por la baja en la producción de estrógenos, entendida como la hormona femenina. Respecto de este punto, vale indicar que explicar solo desde la biología manifestaciones subjetivas tan complejas como la ansiedad, la irritabilidad y la depresión, hacen que sea difícil observar y poner en valor las condiciones materiales, simbólicas y estructurales asociadas, por ejemplo, a la sobrecarga de trabajo, la violencia y otras múltiples situaciones que reflejan la desigualdad de género en la actualidad. La preeminencia de las hormonas como factor determinante de las identidades y trayectorias de las mujeres en edad de climaterio es sensible a ser leída como el clásico binomio mujer-naturaleza, revisitado y encarnado, que presenta las vivencias del cuerpo como situaciones dadas por su naturaleza, restando de esa manera el poder de agencia y, de manera consecuente, la posibilidad de autodeterminación. No se trata de negar la biología, sino de darle su justo lugar.

Un tercer hallazgo relevante alude a los discursos motivacionales que propician el apoyo y complicidad en esta etapa. Los grupos de Facebook visitados son un espacio de convergencia donde grupos mujeres, en su mayoría desde el anonimato, comparten experiencias de padecimientos y frustraciones relacionadas al climaterio y la meno-pausia. Es en este contexto donde arengas motivacionales apelan a la autoestima y el autocuidado como una manera de reflejarse unas a otras, no solo a través del malestar y el padecimiento, sino también del apoyo mutuo, en el cual se insta a prácticas de autoatención validadas desde la experiencia. Luego, cada grupo va realizando publicaciones con mensajes motivacionales y posibles soluciones a problemas específicos, lo que en la práctica puede significar un tipo de red de apoyo, por ejemplo, cada vez que se publica una historia que habla de dolores físicos y emocionales, y es respondida por otras mujeres, desconocidas en su mayoría, pero compañeras en este espacio virtual. En esta observación no es posible conocer el impacto que en cada mujer puede tener el apoyo manifestado por los comentarios que responden a sus historias, pero es posible suponer que las respuestas puedan dar valor a problemáticas que, de otra manera, serían invisibles e incluso estigmatizadas.

El envejecimiento progresivo de la población requiere que como sociedad revisemos en conjunto las representaciones, significados y valoraciones que tenemos acerca de la vejez y el envejecer, y que seamos capaces de identificar la naturalización de concepciones discriminatorias y devaluativas respecto de este proceso y de cómo se encarnan en las personas. En la actualidad, las plataformas digitales se presentan como una escena, una fuente y un mecanismo de construcción y reproducción de estereotipos y su análisis, desde una perspectiva de género y feminista, nos puede ayudar a entender de mejor manera los estereotipos y mandatos de género naturalizados que impiden

una igualdad sustantiva. Si bien los grupos revisados no se identifican como feministas ni tampoco tienen como foco cuestionar los discursos y estereotipos vigentes, en las prácticas de apoyo mutuo y los discursos de amor propio y autoestima pueden encontrarse atisbos de resistencia frente a la devaluación de las mujeres en la medida que envejecen.

El análisis de los *hashtags* en los grupos de Facebook conformados por mujeres que se autoidentifican en la edad del climaterio o en la menopausia representa una inmersión a temas que aún tienen potencial de desarrollo. En primer lugar, los significados asociados a la menopausia nos permiten una aproximación comprensiva no solo a las apreciaciones que se tienen con respecto a las mujeres, sino que es una manera de observar la organización social del género desde una perspectiva más amplia. Si consideramos los cambios simbólicos impulsados por los cuestionamientos feministas acerca del rol y valor de las mujeres, como también las modificaciones en la estructura demográfica, surgen una serie de interrogantes que requieren actualización, tales como ¿cuál es el valor sociocultural que se le asigna en la actualidad a las mujeres en la etapa postreproductiva?, ¿de qué manera las nociones y valores se van modificando, en la medida en que la población general envejece y más mujeres nos encontramos en la etapa postreproductiva?

Luego, el espacio digital es un territorio en expansión que cada vez impacta más aspectos de nuestra vida cotidiana. Su uso ya no es privilegio de las generaciones más jóvenes, sino que es habitado de manera transversal por personas de todas las edades, proceso que probablemente se consolidará en la medida en que los denominados nativos digitales envejezcan. Las aproximaciones cualitativas acerca de las nuevas maneras de construir sentidos, significados, identidades e interacciones a través de plataformas digitales como son las redes sociales, pueden entregarnos nuevas comprensiones acerca de cómo se despliegan los nuevos imaginarios de género y las posibles lecturas interseccionales contenidas en estas concepciones.

Respecto de este último punto, se presenta una arista relevante de profundizar. La exploración de redes sociales domiciliadas en plataformas digitales constituidas por mujeres que se sienten apeladas por las categorías de climaterio y menopausia me ha conducido ineludiblemente a confrontar la complejidad y heterogeneidad de esta experiencia. Lejos de poder presentar un relato único y consistente de “la mujer en la menopausia”, emergen una aglomeración de narrativas muy diversas, que reflejan cómo las historias de vida particulares, de mujeres en plural, presentan la menopausia más que como un hito biológico, como un hito biográfico. En el caso de este estudio, la diversidad de voces contenidas en estos espacios aparece como una tarea pendiente y una posible apertura para nuevos estudios en la temática.

Financiamiento

Este artículo forma parte de la investigación titulada Sexualidades bordeando la meno-pausia: experiencias y discursos de mujeres chilenas y mexicanas, realizada en el marco del proceso de obtención del grado de Doctora en Estudios Americanos de la Facultad de Humanidades y del Instituto de Estudios Avanzados (IDEA) de la Universidad de Santiago de Chile, que cuenta con el apoyo financiero de la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID) Chile. Beca de Doctorado Nacional, FOLIO BECA: 21220278.

Referencias

- Acuña, Valeria. (2015). El lenguaje y el lugar de la mujer: Sociolingüística feminista y valoración social del habla femenina. *Tonos Digitales*, 28, 1–30.
- Anti-Aging market size, share, trends, industry analysis report: By product (facial cream & lotion and eye cream & lotion), distribution channel, application, and region (North America, Europe, Asia Pacific, Latin America, and Middle East & Africa) – Market forecast, 2025–2034. (2025, enero). *Polaris Market Research*. <https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/anti-aging-market>
- Astudillo Mendoza, Priscila; Figueroa Quiroz, Viviana, & Astete Martínez, Camila. (2023). Feminismo, comunidad de mujeres y redes sociales online: Etnografía digital en un grupo de Facebook. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 23(3), e3321. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.3321>
- Bordo, Susan. (1993/2003). *Unbearable weight: Feminism, Western culture, and the body*. University of California Press.
- Bucholtz, Mary. (2014). The feminist foundations of language, gender, and sexuality research. En Susan Ehrlich, Miriam Meyerhoff, & Janet Holmes (Eds.), *Handbook of language, gender, and sexuality* (2.ª ed., pp. 23–47). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118584248.ch1>
- Cameron, Deborah. (1997). Theoretical debates in feminist linguistics: Questions of sex and gender. En Ruth Wodak (Ed.), *Gender and discourse* (pp. 21–36). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781446250204.n2>
- Coates, Jennifer. (1997). Women's friendships, women's talk. En Ruth Wodak, & Teun A. van Dijk (Eds.), *Gender and discourse* (pp. 245–262). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781446250204.n11>
- Contreras, Karla, & Castañeda, Laura. (2016). Tensiones entre el cuerpo productivo de la mujer y la normatividad de género en torno a la maternidad. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 8(21), 10–24.
- Coslov, Nina; Richardson, Marcie, & Woods, Nancy. (2024). “Not feeling like myself” in perimenopause – What does it mean? Observations from the Women Living Better survey. *Menopause*, 31(5), 390–398. <https://doi.org/10.1097/GME.0000000000002339>

- Dois, Angelina, Urrutia, María Teresa, & Araya, Alejandra. (2021). El significado de la menopausia para un grupo de mujeres chilenas atendidas en el sistema público de salud. *Revista Médica de Chile*, 150(1), 62-69.
<https://doi.org/10.4067/S0034-98872022000100062>
- Downham Moore, Alison. (2022). *The French invention of menopause and the medicalisation of women's ageing: A history*. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780192842916.001.0001>
- Eckert, Penelope, & McConnell-Ginet, Sally. (1998). Communities of practice: Where language, gender and power all live. En Janet Coates (Ed.), *Language and gender: A reader* (pp. 461-490). Blackwell.
- Esteban, Mari Luz. (2004). *Antropología del cuerpo. Género, itinerarios corporales, identidad y cambio*. Bellaterra.
- Ferrer, Victoria & Bosch, Esperanza. (2013). Del amor romántico a la violencia de género. Para una coeducación emocional en la agenda educativa. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 17(1), 105-122.
- Franzke, Aline; Bechmann, Anja; Zimmer, Michael; Ess, Charles & Association of Internet Researchers. (2020). *Internet Research: Ethical Guidelines 3.0*.
<https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>
- Freixas, Anna. (2018). *Sin reglas. Erótica y libertad femenina en la madurez*. Capitán Swing.
- Finch, Jody; Xu, Ziqian; Girdler, Susan & Baker, Jessica. (2023). Network analysis of eating disorder symptoms in women in perimenopause and early postmenopause. *Menopause*, 30(3), 275–282.
<https://doi.org/10.1097/GME.0000000000002141>
- Gonçalves de Abreu, Ana Carolina; Souza, Mayara; Suzuki, Lea; Vitorino dos Santos, Sueli; Rayanne e Silva, Priscilla; Chada, Edmund; Soares, José & Esposito, Isabel. (2022). Full and empty nest syndromes in women in the climacteric period. *Revista da Associação Médica Brasileira*, 68(1), 109-117.
<https://doi.org/10.1590/1806-9282.20210830>
- Góralnska, Magdalena. (2020). *Anthropology from home. Anthropology in Action*, 27(1), 46–52. <https://doi.org/10.3167/aia.2020.270105>
- Houck, Judith. (2006). *Hot and bothered: Women, medicine, and menopause in modern America*. Harvard University Press. <https://doi.org/10.4159/9780674038813>
- Illiouz, Eva & Kaplan, Dana. (2020). *El capital sexual en la modernidad tardía*. Herder.
- Infante, Mª Ángeles; González, Edurne & López; Mª Ángeles. (2023). Autofiltrado en territorios hostiles: la violencia tecnológica de los filtros de Realidad Aumentada en el entorno de las redes sociales. *Revista Sonda: Investigación y Docencia en las Artes y Letras*, 12, 123-133.
<https://doi.org/10.4995/sonda.2023.20702>
- Kendall, Sarah, & Tannen, Deborah. (2005). Discourse and gender. En Deborah Schiffrin, Deborah Tannen, & Heidi E. Hamilton (Eds.), *The handbook of discourse analysis* (pp. 548–567). Blackwell Publishers.
<https://doi.org/10.1002/9780470753460.ch29>

- Kracht, Chelsea; Romain, Jessica; Hardee, Julie; Santoro, Nannete; Redman, Leanne, & Marlatt, Kara. (2022). "It just seems like people are talking about menopause, but nobody has a solution": A qualitative exploration of menopause experiences and preferences for weight management among Black women. *Maturitas*, 157, 16–26. <https://doi.org/10.1016/j.maturitas.2021.11.005>
- Lagarde, Marcela. (1990). *Los cautiverios de las mujeres: Madresposas, monjas, putas, presas y locas*. Siglo XXI Editores.
- Lagarde, Marcela. (2000). *Cuadernos inacabados 39: Claves feministas para la autoestima de las mujeres*. Editorial horas y horas.
- Lakoff, Robin. (2004). Part II: Why women are ladys. En Robin Lakoff, & Mary Bucholtz (Eds.), *Language and women's place: Text and commentaries* (pp. 77–102). Oxford University Press.
- Lane, Lindsey. (2022). Strategic femininity on Facebook: Women's experiences negotiating gendered discourses on social media. *Feminist Media Studies*, 23(5), 2440–2454. <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2056754>
- Leitão, Maria; Pérez-López, Francisco R.; Marôco, João, & Pimenta, Francisco. (2024). Cognitive and behavioral weight management strategies during the menopausal transition: Insights from the Menopause and Weight Loss (ME-WEL) project. *Maturitas*, 187, 108060. <https://doi.org/10.1016/j.maturitas.2024.108060>
- Lock, Margaret. (1995). *Encounters with aging: Mythologies of menopause in Japan and North America*. University of California Press. <https://doi.org/10.1525/9780520916623>
- López Sánchez, Oliva. (2007). *De la costilla de Adán al útero de Eva: El cuerpo femenino en el imaginario médico y social del siglo XIX*. FES Iztacala-UNAM.
- Lupton, Deborah. (1996). Constructing the menopausal body: The discourses on hormone replacement therapy. *Body & Society*, 2(1), 91–97. <https://doi.org/10.1177/1357034X96002001006>
- Martin, Emily. (1987/2001). *The women in the body: A cultural analysis of reproduction*. Beacon Press.
- Muñiz, Elsa. (2014). Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista. *Revista Sociedade e Estado*, 29(2), 415-432. <https://doi.org/10.1590/S0102-69922014000200006>
- Palacios, Mariana. (2020). Depresión y sexualidad en mujeres climatéricas. En Luz Reyes, José Aular, José Carruyo, María Chirinos, Sandra Ortega, & David Plata (Eds.), *Haciendo ciencia, construimos futuro* (pp. 264–271). Universidad de Sulla.
- Prescott, Jane; Rathbone, Amanda, & Brown, Gemma. (2020). Online peer to peer support: Qualitative analysis of UK and US open mental health Facebook groups. *Digital Health*, 6, 1–17. <https://doi.org/10.1177/2055207620979209>
- Raynal, Patrick; Soccodato, Marine; Fages, Morgane & Séjourné, Natalene. (2022). A comparative study of orthorexia between premenopausal, perimenopausal, and postmenopausal women. *Eating and Weight Disorders*, 27(7), 2523–2531. <https://doi.org/10.1007/s40519-022-01392-9>

- Steffan, Belinda. (2020). Managing menopause at work: The contradictory nature of identity talk. *Gender, Work & Organization*, 28, 195-214. <https://doi.org/10.1111/gwao.12539>
- Tannen, Deborah. (1994). *Gender and discourse*. Oxford University Press.
- Temple, Sophie; Hogervorst, Eef & Witcomb, Gemma. (2024). Differences in menopausal quality of life, body appreciation, and body dissatisfaction between women at high and low risk of an eating disorder. *Brain and Behavior*, 14, e3609. <https://doi.org/10.1002/brb3.3609>
- The Lancet Regional Health – Americas. (2023). Ageism, menopause, and health disparities in Latin America. *The Lancet Regional Health – Americas*, 27, 100638. <https://doi.org/10.1016/j.lana.2023.100638>
- Valenzuela, Pilar; Arteaga-Urzúa, Eugenio; Pou-Ferrari, Ricardo, & Villaseca-Délano, Paulina. (2016). Etapas reproductivas en la Mujer adulta: transición a la Menopausia. En Federación Latinoamericana de Sociedades de Obstetricia y Ginecología (FLASOG) (Eds.), *Climaterio y Menopausia* (pp. 1-14). Federación Latinoamericana de Sociedades de Obstetricia y Ginecología (FLASOG).
- Van Dijk, Teun A. (2000). El estudio del discurso. En Teun A. van Dijk (Comp.), *El discurso como estructura y proceso* (pp. 21–65). Gedisa.
- Vogel, Erin; Rose, Jason; Roberts, Lindsay, & Eckles, Katheryn. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Wilson, Robert. (1966). *Feminine Forever*. Evans and Company.
- Worthman, Carol. (1995). Hormones, sex, and gender. *Annual Review of Anthropology*, 24, 593–617. <https://doi.org/10.1146/annurev.an.24.100195.003113>
- Young, Holly & Kotera, Yasuhiro. (2022). Menopause and body image: The protective effect of self-compassion and mediating role of mental distress. *British Journal of Guidance & Counselling*, 50(2), 321–338. <https://doi.org/10.1080/03069885.2021.2009770>
- Zappavigna, Michele. (2015). Searchable talk: The linguistic functions of hashtags. *Social Semiotics*, 25(3), 274–291. <https://doi.org/10.1080/10350330.2014.996948>



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe reconocer el crédito de una obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciatario o lo recibe por el uso que hace.

[Resumen de licencia](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) - [Texto completo de la licencia](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)