

La obesidad en mujeres: estrategia de diseño de productos para el bienestar físico, basados en el placer sexual

Obesity in women: product design strategy for physical wellness, based on sexual pleasure

Resumen. La obesidad afecta a una parte importante de la sociedad chilena, particularmente a mujeres de los sectores más pobres. Sin embargo, los programas de ejercicios físicos y los aparatos para reducir el sobrepeso han resultado ineficaces debido más bien a factores culturales, que se agravan a causa de problemas emocionales.

El desempeño sexual en este grupo es un factor decisivo en la convivencia de las parejas y es una causa reiterativa en los divorcios. La dificultad de dar y recibir placer debido al sobrepeso profundiza el problema y mantiene el círculo vicioso de “depresión-comida en exceso-sedentarismo-obesidad-divorcio”.

El desempeño sexual mejora sustancialmente con el fortalecimiento de la pared pelviana, pero se deben superar los factores culturales del grupo, que lo impiden; entre ellos, la búsqueda de resultados a muy corto plazo y con poco esfuerzo, como ganar la lotería o ser un futbolista exitoso. En efecto estos son algunos de los caminos más valorados para alcanzar el éxito donde, además, el fútbol es un referente cultural y símbolo sexual.

Este proyecto, de raíz etnográfica, propone un cambio en la estrategia del diseño para productos para el bienestar, a través de la emulación de una relación sexual, para que la usuaria reciba placer inmediato y se ejercite continuamente, incluso como una actividad colectiva.

Palabras clave: diseño de productos, diseño emocional, disfunción sexual, obesidad femenina, piso pélvico.

Abstract. Obesity affects an important part of Chilean society, particularly women from poorer sectors. However, physical exercise programs and devices to reduce overweight have been ineffective due to cultural factors aggravated by emotional problems.

Within this group, sexual performance is a decisive factor for couples' coexistence as well as an important motif for divorce.

The difficulty of giving and receiving pleasure due to overweight deepens the problem and maintains the vicious circle of “depression-overeating-sedentary lifestyle-obesity-divorce”.

On the other hand, sexual performance improves substantially with the strengthening of the pelvic wall. However, specific cultural factors that prevent this action must be overcome; for instance, praising short-term achievements based on little efforts, such as winning the lottery or being a successful football player. In fact, these are some of the most valued ways to achieve success, where, besides, soccer is a cultural reference and sexual symbol.

This project, informed by an ethnographic approach, proposes a change on the design strategy for wellness, through emulating a sexual relationship, so that the user receives immediate pleasure and exercises continuously, even as a collective activity.

Keywords: emotional design, female obesity, pelvic floor, product design, sexual dysfunction.

Fecha de recepción: 25/04/2017

Fecha de aceptación: 26/03/2018

Cómo citar: Vielma, M. (2018)

La obesidad en mujeres: estrategia de diseño de productos para el bienestar físico, basados en el placer sexual. *RChD: creación y pensamiento*, 3(4), 1-9.

doi: 10.5354/0719-837X.2018.49521

Revista Chilena de Diseño,

rchd: creación y pensamiento

Universidad de Chile

2018, 3(4)

<http://rchd.uchile.cl>

El problema

El presente trabajo es un resumen de un proyecto de título de la carrera de Diseño Industrial de la Universidad de Chile, con una perspectiva centrada en el usuario, que trata acerca del sobrepeso y la obesidad (Deavier, 2007). Esta es una problemática creciente que afecta al 24,4% de las mujeres chilenas, se concentra en sectores de bajos ingresos económicos y ocupa el primer lugar de América Latina. Las consecuencias de esta condición involucran una diversidad de problemas, tanto biológicos como psicosociales (Silva, 2007), llegando incluso a la discriminación social. Todo esto daña la autoestima, autoimagen y aspectos afectivos de las mujeres, porque las imágenes esperadas de sus cuerpos están fuertemente asociadas a un estereotipo de belleza corporal (Tsoumas, 2016). No obstante, este último aspecto es poco abordado por la salud pública, que se enfoca en la prevención de enfermedades consideradas de mayor riesgo, como la diabetes. Todo ello a pesar de que las nuevas perspectivas y los debates de larga data acerca de la equidad de género (Tsoumas, 2016), pueden ser barreras para el diseño orientado a un género específico. A pesar de ello, estos temas no son parte del discurso del grupo estudiado, ni tampoco los tabúes sociales (Eaglin y Bardzell, 2011).

Desde otro punto de vista, la mayoría de los productos orientados a la sexualidad humana lo hacen desde una perspectiva funcional y no siempre se incluyen las dimensiones culturales o emocionales (Tsoumas, 2016), reduciéndolos solo a una función genital y no abordando el concepto de bienestar (Eaglin y Bardzell, 2011).

Poco se conoce en Chile acerca del sufrimiento en la intimidad sexual (Ramalingam y Monga, 2015), de las mujeres con sobrepeso u obesidad, donde los agentes estresores, como los emocionales, producen la ansiedad que influye en el aumento de la ingesta de alimentos, especialmente los hipercalóricos (Silva, 2007). En el contexto social medio-bajo, donde la inactividad física es una constante, el sexo es una de las pocas actividades que implican actividad física saludable, principalmente entre las personas de mediana edad. El desempeño sexual se plantea como un factor motivacional que integra la actividad física con el placer, dando cabida a una visión más positiva de la actividad y dejando de lado los prejuicios que frustran los procesos de baja de peso.

Este grupo es altamente sexualizado e influenciado por los medios (Hoyer, MacInns y Pieters, 2014), que han impuesto estereotipos (Schroeder, 2010) de belleza y comportamiento, donde existe también una estructura valórica orientada a la subsistencia, pero por otra parte deseosa de un ascenso social rápido. En el estudio etnográfico se constató que en las mujeres con una situación económica precaria, el cansancio físico está presente constantemente, producto de las labores diarias que realizan en sus hogares, donde pasan gran parte de su tiempo. El espacio de esparcimiento está limitado casi exclusivamente a la convivencia con sus pares en entornos públicos como plazas, ferias libres, centros sociales, juntas de vecinos o locales de juegos de azar. Las causas del alto porcentaje de sedentarismo muestran que entre los factores sociodemográficos que más inciden son la edad, seguido por la escolaridad y el nivel de ingresos económicos. Sin embargo, el contexto cultural (Pulido, Novoa, y Muñoz, 2013) es un factor muy influyente en el comportamiento grupal, donde la obesidad es aceptada. A medida que la mujer envejece se hace más sedentaria por miedo a lesiones, y que, a mayor ingreso y

escolaridad, tienden a ser menos sedentarias. La razón fundamental para no realizar actividad física, según este estudio, es la falta de tiempo ‘personal’, manifestado por el 47% de las mujeres estudiadas, principalmente entre aquellas mujeres que trabajan. En segundo lugar, la razón es que “soy muy floja o inconstante” (26%), ligado a la falta de motivación (Schroeder, 2010) para llevar una vida más activa; este último aspecto fue crucial para el éxito del proyecto.

Problemas sexuales provocados por el sobrepeso

En las mujeres con sobrepeso se presentan disfunciones sexuales, siendo las más frecuentes el deseo sexual hipoactivo y el trastorno orgásmico femenino, donde la obesidad es una limitante tanto psicológica como física (Pulido, Novoa, y Muñoz, 2013). Estos trastornos alteran la vida sexual y de pareja, porque disminuye el deseo sexual y emocionalmente se sienten mal ante ello. La obesidad deteriora la agilidad y habilidades en el acto sexual y una de las partes en la pareja podría evitar la posibilidad de tener relaciones sexuales o simplemente acostumbrarse a no tenerlas. Si bien algunas personas con sobrepeso dicen no tener problemas para vivir su sexualidad, la obesidad representa desafíos en relación con el sexo, ya sea por salud o estética. Ambos estados mórbidos interfieren en la sexualidad de la persona y al ser una experiencia insatisfactoria, pueden verse impedidos o inhibidos de tener sexo, porque el exceso de grasa corporal impide en muchos casos que la relación física sea completa y adecuada. Las disfunciones sexuales son del tipo orgásmicos, vinculando la falta de tonicidad (Bo, Ellstrom Engh & Hilde G. 2018) del conjunto muscular de la pared pelviana con una deficiencia en la capacidad aeróbica, condición que se ve agravada por los factores emocionales.

3

Metodología

Este estudio se enmarcó en un estudio cualitativo no estadístico, donde también se realizaron entrevistas en profundidad y dos *focus group* (grupo focal). El propósito de estas actividades fue de carácter exploratorio y buscaba relevar el imaginario que construye la identidad del grupo a fin de identificar códigos formales y criterios de diseño para el desarrollo del producto. Como hipótesis, se estimó que siendo el género una de las variables más importantes del diseño (Schroeder, 2010), era posible recurrir al imaginario femenino para cambiar el punto de vista y en consecuencia la estrategia para desarrollar un producto eficiente y emocionalmente estimulante. Así se presentó el ejercicio físico como un medio para obtener una satisfacción placentera y desestresante, con resultados a corto plazo, que facilitó que estas mujeres de vida sedentaria hicieran más propia la actividad física. Este cambio en la estrategia de diseño necesariamente debe recurrir a la emoción (Van Gorp y Adams, 2012) como el camino más válido para el desarrollo del producto, por cuanto se basa en la interacción, la generación de recuerdos, la creación de lazos y en los factores socioculturales del entorno, que estimulan la toma de decisiones.

Para la identificación del grupo muscular del piso pelviano como la zona a ser ejercitada y fortalecida se recurrió a la literatura y a las indicaciones de expertos, en tanto que para determinar el tipo de ejercicio más idóneo, también se recurrió a las indicaciones de expertos y a la literatura disponible. Para el estudio se trabajó con un grupo de mujeres de entre 25 a 30 años, dueñas de casa sin ocupación formal, que viven en una población representativa del estrato social medio-bajo, de la Región Metropolitana de

Santiago de Chile y que comparten actividades vecinales colectivas, como por ejemplo la práctica de bailar zumba. Se realizaron cinco entrevistas a las informantes clave y se llevó a cabo un *focus group* de diagnóstico, con la participación de siete mujeres, para relevar el imaginario (Laurel, 2003). También se realizaron entrevistas en profundidad a dos expertos; un ginecólogo y un psicólogo clínico. Finalmente se realizó otro *focus group* de interacción-validación del producto, donde se contó con la participación de siete mujeres pertenecientes al grupo estudiado.

Consideraciones de diseño

El desempeño sexual se plantea como un factor motivacional, derivado de la estimulación (Van Gorp y Adams, 2012), que integra la actividad física con el placer, entregando una visión más positiva de la actividad y dejando de lado los prejuicios agobiantes de los procesos de baja de peso, tal como fue manifestado en el *focus group*. Por otra parte, el producto debiera diseñarse desde la perspectiva emocional femenina (Schroeder, 2010) más amigable y no solo desde su dimensión funcional, es decir considerando las dimensiones valóricas, funcionales, interactivas, estéticas y comunicativas, de manera holística (Jordan, 2000).

También es importante considerar que el placer es un concepto que abarca al menos cuatro grandes dimensiones (Jordan, 2000): física, psicológica, social e imaginaria. Todas estas dimensiones y condiciones fueron validadas en un *focus group* de usabilidad, cuyos resultados finalmente dieron indicios acerca de los criterios formales de diseño.

Para una buena resolución de producto, se tomaron en cuenta los tres niveles (Jordan, 2000) jerárquicos del consumidor, derivados de la teoría de las necesidades de Maslow; funcionalidad, usabilidad y placer, que llevadas a producto, implica que debiese ser útil, usable y deseable (Van Gorp y Adams, 2012). Para el desarrollo de la forma del producto, se consideran entonces los principios de 'interacción femenina' (Schroeder, 2010), que en el caso de los referentes formales –manifestado por ellas–, se personifica en el futbolista Alexis Sánchez, por ser un ícono sexual para las mujeres de estrato social medio-bajo. Estas mujeres, que asumen totalmente su deseo, ven a Alexis Sánchez como deseable, excitado, poderoso, encantador, entre ídolo salvaje y amante succulento, que lo convierte en una representación exacta de su deseo sexual. Esto las hace fantasear con su pareja, que podría llegar a ser como él porque “surgió desde abajo”, sin necesidad de muchos estudios, en muy corto tiempo y de una forma extrema. Este mismo origen sociocultural hace que el futbolista sea cercano a ellas, quienes se ven como una posible amante, donde el estereotipo de la 'modelo', es su máxima aspiración y motivo de frustración. La erección se presenta como un factor importante del reflejo del deseo porque para ellas el sexo es algo casi instintivo (Tsoumas, 2016) que debe tener una mayor connotación carnal que sentimental, siendo la erección el símbolo máximo de poder, éxito y excitación. Todo esto es lo que enmarca su imaginario sexual y refuerza la función simbólica del objeto, por sobre su función de uso (Selle, 1985). Para ellas, no hay nada más deseable y provocativo que el recorrido de las curvas del cuerpo masculino, aquello le da personalidad al producto, que así genera emociones y consecuentemente, significado (Van Gorp y Adams, 2012).

En la posición de la monta, la mujer tiene el control y recorre el cuerpo masculino, rozando los volúmenes deseables que les representa la virilidad,

el éxito y el poder. En este mismo *focus group* se asoció el color rojo, con 'pasión', 'automóviles deportivos' y 'sexo', con la consideración de que debía ser brillante, para que se viera 'mojado'; es decir, el objeto debiera ser un símbolo fálico.

El producto

Una vez identificados los sugerentes formales (Eaglin y Bardzell, 2011) y los referentes emocionales y socioculturales (Eaglin y Bardzell, 2011) a los cuales se debía recurrir, se procedió a la síntesis, donde las formas suaves a la vista pero duras al tacto, surgieron como ejes estructurantes (Sánchez, 2001). En paralelo se trabajó para determinar cuál era el tipo de ejercicio físico que emulase la 'monta', a fin de que el mecanismo que lo permitiese fuera parte del diseño del producto y no un agregado. Esta consideración es importante, porque el producto debe minimizar los riesgos (Jordan, 2000) de erosiones o golpes, debido a que la zona genital es delicada.

Luego, se realizó el estudio biomecánico y ergonómico para mantener los esfuerzos dentro de un rango aceptable, ya que el ejercicio físico que se propone no es para el desarrollo de la potencia, sino que considere mejorar el bienestar general, manteniendo y mejorando la tonicidad.

El producto fue elaborado en fibra de vidrio con una capa de *gelcoat*, que fue pintada con lacas automotrices perlescentes de color rojo y luego recubierta por varias capas de barniz de poliuretano para darle profundidad al color y aumentar el brillo a fin de otorgarle el acabado 'mojado' que se buscaba. Se consideró que la forma del aparato permitiese la monta y la facilidad de asir; por ello las concavidades permiten diversas maneras de hacerlo a fin de que no exista una única forma. Con ello se da más flexibilidad al producto y facilita la improvisación de otras posturas, en el entendido que lo que se busca es el trabajo de piernas y pared pelviana y no la mera evocación genital (Eaglin y Bardzell, 2011), como podría ocurrir con un consolador, por ejemplo.

Resultados

Se constató en el grupo que existía una alta demanda potencial de mujeres actualmente sedentarias que estarían dispuestas a realizar actividad física (83%), siendo una medida muy recomendada facilitar la actividad física, pues se percibe como un bien de acceso restringido. Es importante destacar que estas mujeres, principalmente de entre 18 a 24 años, presentan una actitud favorable a realizar actividad física cuando es asociada a una dimensión estética, esto es porque les permite reforzar su atractivo, belleza y mejorar su vida sexual.

Desde el punto de vista operativo, luego de la primera sesión de uso, se hizo notorio el dolor en la zona pelviana, lo que significó que el grupo muscular estaba trabajando de la manera prevista y que el ángulo de depresión de la posición era el adecuado (Bo, Ellstrom Engh, & Hilde.G, 2018). Varias comentaron que realizaron actividad sexual al llegar a casa y que el dolor que sintieron les agradó ya que les pareció que había resultados rápidos y no solo cansancio, que es lo que hasta entonces habían experimentado, en las pocas sesiones de acondicionamiento físico a las que habían asistido; se sintieron 'cómplices' con el dolor.

Otro hallazgo, fue cómo se potencia el uso del artefacto cuando el ejercicio es grupal, ya que se despiertan el sentido de la solidaridad y el competitivo, que desinhibe a las más tímidas. No está de más decir que el roce del cuerpo con el artefacto produjo un cierto grado de excitación sexual, lo que incentivaba más el uso y las predisponía a tener relaciones sexuales, una vez llegadas

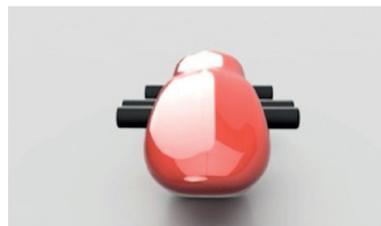


Figura 1. Renders del producto. A. Mecanismo de acción (ejercicios zona pelviana); B. Zonas de apoyo externas; C y D. Superficie de deslizamiento. Fuente: Elaboración propia.



Figura 2. Uso del producto. Fuente: Elaboración propia.

a sus hogares. Sin embargo, se hizo evidente la futura elaboración de una métrica (Jordan, 2000) para evaluar los niveles de placer obtenidos o al menos comparar un antes y un después, más allá de la mera manifestación de la opinión. Los principales resultados y hallazgos se presentan a continuación.

Primer *focus group*, para relevar el imaginario

Frecuencia sexual. Manifestaron que decreció no por falta de deseo, sino porque cuando llegan al encuentro sexual les cuesta mucho alcanzar el orgasmo, lo que frustra las ganas o deseo con que comienzan el encuentro.

Desempeño sexual. El sobrepeso las pone lentas y no les permite tener movimientos sensuales, o más delicados, en el encuentro íntimo, autodefiniéndose como 'torpes'. Llegar al orgasmo se les dificulta mucho, plantean que han dejado de sentir la zona vaginal y que eso las frustra, porque si bien siempre tienen deseo por tener actividad sexual, no llegan a sentir placer mediante el orgasmo ya que la 'performance' es menos intensa y casi aburrida. Su elasticidad principalmente en la zona pélvica se ha ido perdiendo, ya no pueden hacer posturas más acrobáticas y la penetración, que no es un acto fluido, es difícil de consumir. La lubricación vaginal es difícil de alcanzar, lo que hace que se demoren más en desear que las penetren, produciéndoles frustración por pensar que el hombre creerá que no están excitadas. Preocuparse por este tema las hace desconectarse del deseo con que llegan al acto.

Fisonomía. Al preguntar qué es lo que físicamente les impide tener un desempeño sexual más placentero, declaran que la grasa abdominal porque les dificulta la penetración, opinando que les cuesta tener una penetración profunda debido a que el contacto de su pelvis con la de su pareja no es posible ya que el volumen abdominal se interpone. Además, expresan que el tener 'guata' les impide sentir su vagina y que, por el contrario, cuando no tenían sobrepeso sentían que se estimulaban con mayor rapidez.

Erotismo. Al hacer referencia a cómo definen desde su experiencia sexual qué es el erotismo, relatan que lo consideran un juego que lleva a la excitación y que la estimulación táctil se presenta como lo más importante del erotismo, por lo que tocar el cuerpo masculino es lo que más las estimula. También plantean que este factor lúdico no solo se debe mantener antes del acto sexual, sino que todo el tiempo. Por otra parte, se consideran seductoras 'coquetas', eróticas y asumen el deseo como una expresión de feminidad.

Posiciones sexuales. Con respecto a la pregunta sobre qué posición consideran ideal para obtener placer, la postura que más les gusta es la 'posición de la monta' (Figura 3), aquella donde están encima del hombre, porque les gusta tocar el torso de su pareja y además tener contacto visual con él. Además, sienten que les permite tener más opciones de llegar al orgasmo gracias a que ellas manejan los movimientos (Craze, 2006).

Se encontró que los principales aspectos que se desprenden desde el tópico de la fantasía sexual y que influyen en el desempeño son los que se señalan a continuación.

La fantasía sexual ideal. Realizar el acto sexual en un ambiente escenificado (Pine & Gilmore, 2000) simulando lujo y ostentación, como una 'diva sexual'; personificarse de forma sensual (Eaglin y Bardzell, 2011), con tacos, plumas, encajes y todo lo que simule un cabaret. No se sienten inhibidas para realizar este tipo de fantasías por causa de su sobrepeso; ellas asumen su cuerpo.

Símbolos sexuales. Otro aspecto de fantasía, externo a la relación de pareja, es el estado físico e imagen corporal de sus íconos sexuales. Nombran a

Fases del ciclo de acción



Figura 3. Posición de monta. Fuente: Elaboración propia.

Alexis Sánchez como todo lo que les podría excitar, que es 'lindo de cara y viril', musculoso, exitoso, con dinero y famoso.

Zonas erógenas. En cuanto a ellas, consideran como atractivo sexual el volumen de sus senos y nalgas o 'traseros'; saben que el sobrepeso les ha dado el beneficio de tener más para 'tocar'. Les gustaría tener mayor tonicidad en estas zonas y también marcar sus cinturas para verse como la modelo y estrella televisiva Kim Kardashian.

Jugueteo. Lo que les causa mayor excitación es el hecho de ser lúdicas para iniciar el contacto sexual.

Segundo *focus group*, de interacción-validación

En este *focus group* de interacción las mujeres analizaron y sometieron a prueba el producto para manifestar su opinión acerca de su uso y las emociones que desencadenó en ellas, según los estímulos que les produjeron. El producto se demostró como un eficiente juguete sexual (Eaglin y Bardzell, 2011), capaz de evocar y hacer tangible al imaginario. En este sentido, el grupo se desinhibió rápidamente y manifestaron abiertamente sus impresiones, aportando nuevas ideas para que este proyecto continuase generando otros tipos de productos, pero siempre recurriendo a la metáfora sexual.

En esta instancia se verificó que el resultado general fue muy satisfactorio y a la totalidad de ellas les pareció lograda la metáfora sexual, por cuanto la mayor cantidad de referencias positivas hacia el producto se hicieron desde la dimensión estética y luego desde la interacción.

En cuanto a la disminución del peso, se verificó que a pesar de que el ejercicio resultaba eficiente en la tonificación muscular, el impacto en la baja de peso no fue evidente en el corto plazo, debido fundamentalmente en los hábitos alimentarios.

Entrevistas

El ginecólogo explicó que la disfunción sexual femenina incluye trastornos persistentes o recurrentes en el interés sexual o el deseo sexual, patologías orgánicas, dolor y dificultad para intentar o completar el acto sexual; temas que hoy se abordan como un desorden en la excitación o deseo. Plantea además que los ejercicios (Deavier, 2007) diseñados para aumentar la circulación de la sangre en los genitales, pueden hacer una gran diferencia, aumentando el flujo sanguíneo en los grandes grupos musculares de los muslos, los glúteos y la pelvis, como el yoga.

Otras actividades físicas como caminar a paso ligero o andar en bicicleta, también mejoran la circulación en los genitales, especialmente en el clítoris. Como resultado, esto permite aumentar la lubricación, la excitación y mejorar la función orgásmica. Los ejercicios específicos no invasivos (ejercicios de

Kagel) relacionados con la actividad sexual, como los desarrollados para la tonicidad pélvica, ayudan a que todo funcione correctamente en el coito. La debilidad en la musculatura pélvica dificulta llegar al clímax, ya que es la contracción rápida de estos músculos lo que lleva al orgasmo. Lo importante es que en personas con sobrepeso se inicien poco a poco con un plan de entrenamiento que prepare el dominio postural y el control muscular del tronco, debido a que los ejercicios para fortalecer esta zona son muy específicos (Luoviksdottir, Harroardottir, Siguroardottir y Ulfarsson, 2018). A esto hay que sumar ejercicio para una óptima capacidad aeróbica que permita mantener una actividad sexual sin agotamiento, favoreciendo además la circulación sanguínea.

El psicólogo por su parte manifestó que estas mujeres tienen un amplio imaginario sexual (Press y Cooper, 2009) pero que en general no lo pueden desarrollar, debido a múltiples factores que van desde el hacinamiento en que conviven, hasta el sobrepeso. Si bien son sensuales, no poseen un modelo de erotismo propio ya que este se encuentra muy enfocado al deseo masculino más que al deseo de ellas, al punto de pensar que no responderán como 'mujer' a su pareja. Para ellas es importante compartir con sus pares las experiencias sexuales, porque eso, al igual que la maternidad, las posiciona como mujeres. Para ellas la belleza está por sobre la salud, comportamiento influenciado por los medios de comunicación masivos, el consumo, estereotipos impuestos por la moda y una cultura que promueve la exhibición de cuerpos socialmente admirables (Rojas, 2006).

Conclusiones

La vida sexual es un factor decisivo en la autoestima de este grupo de mujeres y cualquier acción que las valide como tales, tiene garantías de éxito. A este respecto, tal como ellas existen muchos grupos socialmente marginados, por el solo hecho de no ajustarse a un determinado canon estético. Abordar un problema de salud pública, como la obesidad, mediante el cambio de la estrategia tradicional a una basada en el desempeño sexual para motivarlas a hacer ejercicio, se vio como correcta. Sin embargo, para lograr este propósito se deben conjugar ambos factores; dieta y ejercicio. En cualquier caso, el aparato diseñado pretendía una mejora en la vida sexual de las mujeres y este punto fue logrado plenamente. En efecto, la inmediatez de resultados, a través de la compensación sexual, es un gran motivador de uso y eventualmente de fidelización, asunto que puede ser aprovechado para el desarrollo de diversos productos para el bienestar.

Es importante considerar que el imaginario resulta más importante que la funcionalidad, para el éxito de un proyecto que tiene una aproximación emocional al problema y que finalmente lo hace relevante. Más aún, de entre los valores 'femeninos de interacción', para el desarrollo de productos, aquellos que se vieron más efectivos fueron los blandos, es decir; estética y comunicación. Sin embargo, como toda actividad terapéutica, debe ser supervisada, ya que el ejercicio físico repentino en personas sedentarias puede resultar riesgoso.

Referencias

- Bo, K., Ellstrom Engh, M., & Hilde, G. (2018). Regular exercisers have stronger pelvic floor muscles than nonregular exercisers at midpregnancy. *American Journal of Obstetrics and Gynecology*, 218(4), 427.e1-427.e5.
- Craze, R. (2006). *Sexo, técnicas clásicas para hacer el amor y enriquecer la vida sexual*. Bogotá: Panamericana.
- Deavier, F. (2007). *Guía de los movimientos de musculación. Descripción anatómica*. Barcelona: Paidotribo.
- Eaglin, A., & Bardzell, S. (2011). Wellness, Sex Toys and Designing for Sexual. CHI 2011 • *Work-in-Progress*, 1837-1842.
- Hoyer, W., MacInns, D., & Pieters, R. (2014). *Comportamiento del consumidor*. México: Cenage.
- Jordan, P. (2000). *Designing pleasurable products*. London: Taylor & Francis.
- Laurel, B. (2003). *Design Research, Methods and Perspectives*. Cambridge: MIT Press.
- Luoviksdottir, I., Haroardottir, H., Siguroardottir, P., & Ulfarsson, G. (2018). Comparison of pelvic floor muscle strength in competition-level athletes and untrained women. *Laeknabladid*, 104(3), 133-138.
- Pine, J., & Gilmore, J. (2000). *la economía de la experiencia*. México: Granica.
- Press, M., & Cooper, R. (2009). *El diseño como experiencia*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Pulido, P., Novoa, M., & Muñoz, A. (2013). Análisis metacontingencial de la obesidad mórbida como problemática de salud pública. *Terapia Psicológica*, 31(2), 239-247.
- Ramalingam, K., & Monga, A. (2015). Obesity and pelvic floor dysfunction. *Best practice & research clinical obstetrics & gynaecology*, 29(4), 541-547.
- Rojas, M. (2006). *El imaginario: civilización y cultura del siglo XX*. Buenos Aires: Prometeo.
- Sánchez, M. (2001). *Morfogénesis del objeto de uso*. Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Schroeder, K. (2010). Gender Dimensions of Product Design. *United Nations Division for the Advancement of Women; UNESCO*, 13.
- Selle, G. (1985). *Ideología y utopía del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Silva, J. (2007). Sobrealimentación Inducida por la Ansiedad. Parte I: Evidencia Conductual, Afectiva, Metabólica y Endocrina. *Terapia Psicológica*, 25(2), 141-154.
- Tsoumas, J. (2016). Exploring adversiting and product design implications: a socio cultural approach. *Milenium*, 7-17.
- Van Gorp, T., & Adams, E. (2012). *Design for emotion*. Waltham, MA: Morgan Kaufmann.