

#Menstruação: Do tabu à visibilidade menstrual online.¹

Izabela Santana de ALCANTARA²
Velda Gama Alves TORRES³
Universidade Católica de Salvador

Resumo

Este trabalho discute como os tabus sociais construídos em torno da menstruação são fortemente reforçados por diversas esferas discursivas da sociedade, entre elas a publicidade, e como a partir daí constroem-se energias catalisadora de estigmas que aprisionam corpos que menstruam a uma lógica de invisibilização. Um ciclo excludente que deturpa os demais significados do que é menstruar, fazendo prevalecer a ideia de sujeira e necessidade extrema de higienização. Nessa direção, analisa como o discurso da (re)educação menstrual e valorização da menstruação são pautados na plataforma Instagram, através do uso da hashtag #menstruação, que atualmente reúne mais de quarenta mil postagens relacionadas ao tema, sendo ágora de debates que promovem visibilizações de pautas menstruais, além de ser uma rede afetiva de compartilhamentos de experiências.

Palavras-chave: Menstruação; Tabu; Instagram; Estigmas; Visibilidade.

Introdução

Se há uma temática ainda pouco explorada nas pesquisas acadêmicas da Cultura e da Comunicação é o tabu envolvendo a menstruação. Um campo de estudos que transpõe olhares para diversas construções sociais e históricas do que representa os significados designados a um corpo. Uma corporeidade que sangra e silencia, mostrando que toda essa privação de palavras é sintoma de uma doença do discurso social, viralizada em tabu e estigma.

O tabu encarcera os corpos à adequação ao que é socialmente aceitável, conduzindo-os por normas significantes de exclusão, pré-moldadas compulsoriamente pela hegemonia discursiva do poder. A ocidentalização do poder se estabelece em um sistema cis-heteropatriarcal do discurso e do silenciamento, estabelecendo arbitrariamente o gênero que fala e os gêneros que se calam. Desse modo, a experiência menstrual transita em forma de segredo, e quase invisibilizada transcende o fenômeno da menstruação como uma das marcas

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Gênero, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa Multidisciplinar em Cultura e Sociedade. (UFBA). Pós-Graduada em Comunicação e Marketing Digital, Web Jornalismo e Novas Mídias na Universidade Católica de Salvador. (UCSAL). izabelasalcantara@gmail.com

³ Doutora e Mestre em Cultura e Sociedade (POSCULTURA/IHAC/UFBA), Comunicóloga e professora da Universidade Católica do Salvador (UCSAL). veldatorres@gmail.com

da negação da fala. Essa invisibilidade se manifesta desde a má interpretação do corpo físico até a alienação do corpo discursivo, ampliando, assim, o tabu e estigma.

Este trabalho aborda, justamente, o lugar da fala sobre a menstruação, apresentando o Instagram como um espaço possível para se estabelecer um diálogo coeso e aberto sobre a temática através do uso de *hashtags*. Sob essa perspectiva, considera que visibilizar a menstruação demanda atenção aos limiares (i)legíveis causadores da invisibilidade geradora de tabus e estigmas menstruais.

Antes de adentrar as discussões no universo da menstruação é importante ressaltar que este trabalho não se refere a um ser mulher universal, visto que as significações sobre menstruar trazem intersecções que atravessam contextos históricos, raciais, culturais, sociais, de sexualidade e identidade de gênero. Dito isso, é necessário salientar que nem toda mulher menstrua, seja devido a complicações ligadas a doenças, tratamentos de saúde, retirada do útero ou por escolha de parar de menstruar através da medicalização. Do mesmo modo, também é importante destacar que nem toda mulher possui vagina, considerando a existência das mulheres trans e que pessoas não-binárias e homens transgênero podem menstruar, se essa for uma escolha.

Também não é intenção deste trabalho tornar essencialista, homogeneizar, generalizar, naturalizar demais ou julgar quaisquer que sejam os argumentos em torno da decisão da mulher cisgênero (cis) sobre menstruar ou não (quando a decisão parte da mulher), e sim analisar como os processos simbólicos do olhar normativo refletem nas fruições socioculturais sobre menstruar. Portanto, a proposta deste trabalho é discutir o tema sem o resumir a algo apenas físico e corpóreo, mas buscando abordar o aparato discursivo da sua construção social como forma de dominação e corporificação desses tabus.

As pedagogias para o corpo que menstrua

Segundo Moreira (2013), quando explicada biologicamente na perspectiva dos conceitos da medicina ocidental cunhada a partir do século XX, a menstruação consiste na liberação de sangue e partes descamadas do endométrio pela vagina quando as taxas de hormônios FSH e LH diminuem drasticamente. Esse processo ocorre inicialmente na menarca, nome dado a primeira menstruação, acontecendo frequentemente entre os 11 e 14 anos, podendo ocorrer cada vez mais cedo, aos 9 anos. O período menstrual tem duração entre

três a sete dias, em ciclos de 28 dias até a menopausa, o que geralmente ocorre em torno dos 50 anos, quando deixa-se de menstruar.

A partir da primeira menstruação passa a ocorrer os ciclos de ovulação, que consistem no processo de produção hormonal para o corpo, sendo o óvulo eliminado junto a parede uterina descamada quando não é fecundado nas relações sexuais ou por inseminação artificial. Assim, é notória a abordagem da menstruação como antítese da gravidez que ganhou força a partir do século XX. Segundo Ferreira (1994, p.5 apud Sardenberg, 1994, p.319), antes desse século os conhecimentos científicos não relacionavam a menstruação à procriação. “Foi necessário o desenvolvimento de equipamentos precisos de mensuração e de pesquisas básicas no campo da endocrinologia e da bioquímica (estudo das glândulas e hormônios) para que essa relação fosse estabelecida.” (SARDENBERG, 1994 p.319).

O fato é que quando se trata de menstruação nenhuma explicação poderá ser puramente biológica, existem reverberações mais profundas de como ela se manifesta no campo social e cultural. Na esfera das representações sociais e culturais, durante muitos séculos, e até os dias atuais, as mulheres sofrem com apagamento e silenciamento solitário da autonomia dos seus corpos. A especificidade de menstruar foi posta na condição de marginalização, invisibilidade e tabu, como consequência do olhar patriarcal e androcêntrico ocidentalizado que descaracterizou a condição pública desse corpo, privatizando o sangue à higienização e aos segredos não ditos em voz alta - uma vez que para muitas pessoas falar sobre suas experiências com a menstruação não é algo confortável.

Um estudo global realizado, em 2019, pela marca de absorventes Sempre Livre, em parceria com a KYRA pesquisa & Consultoria, entrevistando 1500 mulheres em cinco países (Brasil, Índia, África do Sul, Filipinas e Argentina), revela que 66% das mulheres brasileiras, entre 14 e 24 anos, se sentem desconfortáveis durante a menstruação, e apenas 19% se sentem capazes, um dado que reitera a perspectiva aqui apresentada sobre os tabus e estigmas envolvendo a menstruação. Isso porque a concepção significativa do sangue uterino não é encarada da mesma maneira que o sangue que corre nas veias. Conforme Fachel-Leal (1994, p.133), “o sangue uterino é pensado como um sangue alheio à mulher que o verte, ‘de outro tipo’, ‘de outra espécie’, em suma, outro sangue” - o sangue é visto como um risco potencial.

Para Ramalho (2013, p.4), “a associação da menstruação a sujeira e impureza não é nova; o intrigante hoje são as práticas e discursos voltados não só para ‘limpar a impureza’ do corpo menstruado, mas, ao que parece, para corrigir um defeito.” Sim, a menstruação ainda é vista por muitos como doença ou como fora da ideia de um corpo ideal. Corpo esse que é

delineado por pedagogias que o molda para atingir um ideal social de ordem e higienização, invisibilizada pelo sangue uterino.

Essa concepção de corpo corresponde a uma danosa pedagogização das práticas do corpo-comportamento, dito ser coisa de/para mulher. Assim, é padronizado um conceito de ser mulher em um discurso de categorias universais e essencialistas, que segue polindo e higienizando a ideia da menstruação a um arcabouço simbólico de sistema de ideias unificadas sobre um ideal de feminino, partindo muitas vezes de um olhar masculinizado, pressupondo uma heteronormatividade compulsória (BUTLER, 2008) - e assim “naturalizando uma posição construída sobre uma imagem de feminilidade que é contra os interesses das mulheres” (MAGALHÃES, 2000, p. 125).

Da menarca a menopausa esses corpos vão passando por um universo de estigmas que sempre terminam na invisibilização de suas realidades. De acordo com Sardenberg (1994 p.336), “Em muitas sociedades, portanto, menstruar significa exclusão e isso, certamente (sic) tem consequências no que tange a maneira que as mulheres vivenciam e significam o que é para elas menstruar”. O tabu sobre o menstruar está até na troca dessa palavra no campo semântico por eufemismos inerentes ao incômodo social causado pelo sangue menstrual, como “aqueles dias”, “de chico”, “estar de TPM”, “de regra”, “com boi”, “incômodo mensal” e “indisposta”, “fardo”, “receber visita”, “sinal vermelho”. Essas são apenas algumas das expressões usadas que possibilitam a negação da existência do termo menstruação, afastando a ideia de estar menstruada/o do corpo que menstrua, transferindo para qualquer outro significado que esses eufemismos os levem. Para Moreira e Batista (2016, p. 36),

A relação entre comportamento e linguagem aqui, (sic) se apresenta no modo como, ao lidar com o tema da menstruação as pessoas lançam mão de uma linguagem codificada, marcada por silêncios e inibições que (sic) por sua vez (sic) constituem uma linguagem (sic) enquanto forma de comunicação (sic) que muitas vezes não se faz compreender através da palavra direta, mas, através de gestos, silêncios e códigos que nos apontam para assuntos ou situações tabus.

Essa relação mencionada pelas autoras está diretamente ligada a idealização de um corpo “perfeito”, que não sangra entre as pernas e que está impossibilitado de viver seus ciclos sem ser estigmatizado como sujo e poluído. Sardenberg (1994) denomina todas essas noções e costumes sobre a menstruação de ordens prático-simbólicas da menstruação. Ordens essas que nascem e são retroalimentadas na esfera do simbólico desde a menarca, através de perguntas como, por exemplo, “ficou mocinha?” - *uma* pergunta aparentemente simples, mas que decai no colo dessa pessoa que agora é vista como uma jovem mulher independente da

idade. Todas as práticas pedagogizadas que nascem dessa pergunta passam a atuar no seu corpo ditando, de alguma maneira, normas de conduta. Algumas perguntas que atuam nesse sentido são “você não poderá mais sentar assim”, “você não poderá esquecer que está menstruada”, “não pode ir à praia porque está menstruada”.

Louro (2000) considera que, dentre esses tabus que podem ter conotações distintas em cada sociedade e/ou comunidade, o que mais prevalece na contemporaneidade é o tabu da higienização. Para a autora, “de certa forma essas questões ficaram secundarizadas dando maior destaque a higiene e a proteção do corpo, a limpeza e a aparência” (LOURO, 2000, p.19). Essa reflexão faz uma ligação bem precisa sobre a concepção de menstruação como impureza, mas partindo de outra lógica de construção social, já em um mundo capitalizado e com uma hipervalorização da imagem como um diário cotidiano de “perfeição”.

É importante ressaltar que as ordens prático-simbólicas da menstruação atuam de formas distintas e baseadas em regras ditas universais da ocidentalização. Dessa maneira, o pavor do sangue uterino tem sido uma obra construída no ocidente e transpassada entre as comunidades através da expressão de saberes distintos.

As abordagens discursivas em torno do consumo de absorventes, apresentadas na próxima seção deste artigo, trazem em seu aparato simbólico pedagogias que perpassam diversas performances de tabus e estigmas. A publicidade das marcas brasileira de absorventes criou como estratégias de vendas uma lógica da invisibilização e da negação, bem como de um estado essencial da higienização. É preciso olhar para o passado para entender porque existe uma reconstrução de abordagens simbólicas das marcas no presente. Nesse sentido, serão apresentadas as análises realizadas sobre as abordagens das marcas de absorventes e as ordens prático-simbólicas da menstruação.

A publicidade na produção do discurso simbólico do tabu menstrual

Para compreender um dos grandes motivos da necessidade emergente de existir um ativismo menstrual é necessário voltar-se para a oposição que tal movimento realiza ao questionar as formas simbólicas que o sangue uterino foi [e continua a ser] tratado pela publicidade. Quando um corpo que menstrua está diante de uma representação pautada pelos discursos das estratégias mercadológicas é preciso atenção ao que está sendo dito e proposto. As pedagogias publicitárias propõem um ser construído através de uma representação que explora realidades plausíveis, associando um personagem a imagem de um produto, sendo

perceptível a invisibilidade e a pouca representatividade quando se trata de um produto relacionado a menstruação, como é o caso dos absorventes.

De acordo com Ramalho (2011), a partir de meados dos anos 90 a comunicação televisiva em torno da menstruação foi estritamente voltada para a manutenção de tabus - entendendo o tabu como um sistema construído culturalmente através da censura e apagamento de um tema ou ação por caracterizá-lo proibido ou impuro. As propagandas distanciaram a representação da mulher de uma realidade possível, homogeneizando sua maneira de menstruar, destoando a realidade. Nessas representações as mulheres eram [e continuam a ser] sempre alegres, dispostas e livres de vazamentos. Trata-se de uma dicotomia constante criada entre experiências reais e expectativas mostradas nos anúncios, gerando um conflito entre representação/representatividade, limpeza/sujeira, sangue azul/sangue vermelho, odor/cheiro, silenciamento/fala.

Assim, de um lado está o que os comerciais durante muito tempo propagaram para vender seus produtos, e de outro movimentos da atualidade voltados a proposta de se discutir abertamente sobre a menstruação. Essas estruturas discursivas fazem parte de uma normatização gerada pelas inferências simbólicas da publicidade, que se utiliza dos estereótipos de gênero e das conceituações heteronormativas da binaridade - muitas vezes baseados em lógicas biologizantes de ser homem e ser mulher em suas definições (BUTTLER, 2008), para a construção e assimilação da mensagem.

Mas, em grande parte esses estereótipos de feminilidade são fomentados “por meio da padronização, numa categoria que não tem nada de [...] ‘essencial, natural’, mas tão-somente de social” (HARAWAY, 2000, p. 52) – subalternizando, assim, a mulher menstruada para uma lógica excludente de realidades inalcançáveis, e propagando corpos idealizados pelo capitalismo como belos e limpos. Para Gomides (2018, p. 709) essas campanhas propõem que

A mulher ideal deve se mostrar à sociedade exatamente como a personagem da propaganda e, ainda que esteja passando pelo seu período menstrual, isso deve ser mantido totalmente em sigilo. É importante ser discreta e não deixar transparecer, visualmente, a impureza e a sujeira, que é o sangue oriundo de seu útero.

Para elucidar o que está sendo abordado, apresentamos abaixo a imagem dos frames retirados do comercial audiovisual do absorvente da marca Sempre Livre, veiculado em TV aberta e no Youtube, intitulado: *Sempre Livre Agentes Naturais*. A peça narra o possível constrangimento de estar menstruada e ter que lidar com os prováveis odores da menstruação, além de evidenciar a insegurança de estar com roupas claras durante o período. A atriz (com

traços eurocêntricos evidenciando padrões de beleza hegemônicos) se mostra confiante para lidar com o desafio de camuflar sua menstruação e os odores dela oriundos ao passar por uma fileira de garotos, dando a ideia de agradar o olhar masculino com a sua higiene, mesmo menstruada. Logo após, o segundo frame demonstra a ação do absorvente diante do fluxo menstrual (sangue), representado na cor azul (também associada aos produtos de limpeza), assim revelando como os “agentes naturais” do produto impedem a formação de odores.

Nas mensagens publicitárias, por exemplo, o sangue menstrual passa por um processo de metaforização televisiva, de substituição por aquele líquido azul translúcido que pode ser observado nas propagandas de absorventes, derramando-se para provar a capacidade de absorção do produto que se pretende vender. Assim, nem sempre a metáfora “sangue azul” refere-se à realidade, menos ainda se falamos das imagens televisivas. (NATASOHN, 2005, p. 295).

Imagem 01 - Frames do comercial de absorventes Sempre Livre Agentes Naturais



Fonte - Youtube⁴

É inegável como as mudanças sociais iniciadas pela luta das mulheres feministas, desde o início do século XX, trouxeram para atualidade um empoderamento reativo e reflexivo sobre a representação imagética de tais papéis sociais também na publicidade, resultando no repúdio a subalternização feminina pela ótica machistas e heteronormativas. Assim, conforme ressaltado por Sabat (1999, p.14), “Pelos imagens publicitárias, podemos observar como as relações de gênero estão sendo vistas por determinada sociedade”.

Na atualidade esses estereótipos são fortemente combatidos, as mulheres, através das práticas de comunhão colaborativa, lutam intensamente contra essas simbologias, procurando desmistificar os tabus construídos social e midiaticamente sobre a menstruação, exigindo pontos de mudança que possibilitem repensar e diluir os conflitos discursivos diante da possibilidade de fala sobre o menstruar. Conforme salienta Natansohn (2005, p.299), “O

⁴ Disponível em: <<https://youtu.be/Z9ldHJ-9hzE>>. Acesso em: 15 mar. 20.

feminismo pretende recuperar as experiências corporais desprezadas pelo sistema patriarcal, afirmando positivamente aquilo que sempre representou a sujeira e o medo.” Por diversas vezes a autora evidenciou o silêncio e silenciamento que acarreta a precarização sobre o olhar simbólico e discursivo dado ao corpo da mulher menstruada.

Por fim, é importante enfatizar que, em nenhuma ocasião o tema da menstruação está fora de debate social, mas a maneira que ele é entendido e abordado nessas falas hegemônicas é altamente distorcida e desfigurada.

Ativismos online via Instagram no enfrentamento dos tabus e estigmas sobre a menstruação

Estabelecer um campo aberto para o debate menstrual é trazer para a (re)existência uma possibilidade desse diálogo, tornando tênue essa linha que separa um tema inviabilizado da luz que o torna visível. As redes de interação online cumprem este papel de *locus* mobilizador de questionamentos. Segundo Couto Júnior, Velloso e Santos (2020, p. 96), “a conexão, um dos princípios da cibercultura, nos permite cocriar em rede, entrar em conexão com outras pessoas, produzir sentidos, trocar informações, circular, distribuir informações, saberes, conhecimento”.

Essas redes de interconexões de falas e trocas simbólicas viabilizam uma potência colaborativa de identificação no embate e questionamentos à hegemonia discursiva da publicidade de absorventes, aumentando a velocidade da construção de limiares (i)legíveis entre o particular e a coletividade quando o assunto é menstruar. De acordo com Thompson (2011, p. 203 apud Gomes, 2019, p.12), “é atribuído às formas simbólicas um determinado valor simbólico pelos indivíduos que as produzem e recebem.”.

A medida que essas contestações são pautadas no campo online ativam um processo de memórias que vão do particular para o coletivo, apontando para a repetição de padrões de comportamentos ligados a assimilação do tabu menstrual pelas mulheres - comportamentos que foram pedagogizados por décadas por narrativas publicitárias que reafirmavam a ideia de estigma e sujeira. Como evidenciado por Dieminger e Oliveira (2015, p.11) “[...] o compartilhamento de experiências facilitadas por *fan pages* em redes sociais reforça a noção nas mulheres de que tais desigualdades podem ser politizadas com o intuito de desestruturar a hegemonia patriarcal.”

Dessa maneira, a visibilidade menstrual se torna um movimento emergente nas redes sociais, dotado da responsabilidade de compor um processo de retomada histórica do que é menstruar, procurando não se mover pelas certezas plausíveis, mas levantar questionamentos, dividir relatos, abrir a ágora online para debates provocados a partir da fala do corpo estigmatizado por seus fenômenos físicos. De acordo com Mehdizadeh (2010 apud Miranda et al., 2016), as redes sociais virtuais são uma porta de entrada para a construção da identidade e da auto-apresentação.

Dentre essas redes sociais o Instagram se apresenta como uma das plataformas vetores da educação menstrual. Quando surgiu em 2010, era uma rede social voltada para mensagens que registravam o instante (*instant*), como remete suas primeiras sílabas, “insta”, e a última sílaba, “gram”, oriunda da palavra telegrama (*telegram*). Em junho de 2018 essa rede atingiu o quantitativo de 1 bilhão de usuários, sendo 50 milhões de contas brasileiras ativas por mês. O aplicativo, que um dia foi feito para ilustrar instantes, passou por diversas transformações a partir do ano de 2012, quando começou a fazer parte do monopólio Facebook.

Entre as principais atualizações destacam-se: 1) possibilidade de postagem de vídeos de 15 segundos (atualmente, eles podem ter até 60 segundos) além de fotos em 2013; 2) Instagram Direct em 2013; 3) veiculação de publicidade, anunciada em 2013, e efetivada, no Brasil, em 2015; 4) alterações na ordem de apresentação de postagens no feed de notícias, privilegiando, não mais a ordem cronológica inversa, mas o histórico de interações entre os usuários envolvidos, em 2016; 5) mudança do logotipo em 2016; 6) disponibilização do recurso Histórias, em agosto de 2016, que permite que fotos e vídeos sejam dispostos em formatos de slides por apenas 24 horas. (FANTONI, 2017, p 68 apud MONTARDO 2019, p 174).

Diante dessas transformações, para Manovich (2016 apud Montardo, 2019) é perceptível que o ideal de instantes passou a dividir seus espaços com o “insta” de instantâneo, com a produção de conteúdo multimídia chamando a atenção de quem queria uma rede que ofertasse muito mais que curtidas. Desta maneira, o Instagram no Brasil passou a ser *locus* de muitos debates que não tinham espaço nos grandes veículos de comunicação. Assim, a ferramenta se consolidou como forte espaço de engajamento social por sua capacidade de compartilhamento e alcance e interação. Dentre esses debates, as *hashtags* ligadas ao movimento de educação menstrual ganhou força e visibilidade conduzindo os algoritmos a mostrar mais sobre a menstruação no dia 28 de maio de 2020.

A hashtag “#Menstruação” no dia internacional da visibilidade menstrual

Em 2014 a ONG alemã Wash United incentivou a criação do “Dia Internacional da Higiene Menstrual”, um dia no ano que é lembrado como marco da (re)existência do corpo que menstrua – 28/05. Estritamente com o olhar voltado para a discussão educação e visibilidade menstrual, a data não foi escolhida a toa, visto que o dia 28 representa a média de dias corridos de duração dos ciclos menstruais, e o mês de maio (mês cinco) representa os cinco dias de duração do período menstrual. Segundo Barge (2018, p.7), em 2018, foram realizadas mais de 400 atividades em 70 países, um aumento exponencial relativo aos anos anteriores.

Essa data consiste em um marco de atividades voltadas para a visibilidade menstrual também na rede social, e principalmente no Instagram que hoje é a plataforma hospedeira de centenas de iniciativas voltadas para a visibilidade menstrual. Atualmente é possível contabilizar cerca 40.964⁵ postagens relacionadas ao sangue uterino quando lançada a *hashtag* “#menstruação” na aba de busca da plataforma. De acordo com Costa (2008, p.47-48 apud Paulino e Paulino, 2019, p.14) “nascidas por geração espontânea e amplamente disseminadas, as manifestações organizadas a partir de *hashtags* muitas vezes acontecem sem formar coletivos, criar blogs ou sites, nem mesmo montar um perfil próprio nas redes sociais.” As *hashtags* no Instagram formam uma coletividade digitalmente orgânica, como um rizoma de interesses em comum que são categorizados com a pretensão de ligar temas e posts a pessoas.

Ao refletir sobre o uso da *hashtag* “#menstruação” este artigo procurou estabelecer uma seleção entre três posts printados do Instagram no dia 28 de maio de 2020, para realizar a análise dos conteúdos postados neste período e elucidar de que forma tais temáticas atuam em uma tentativa deliberada de promover a visibilidade e o debate menstrual. O post representado pela imagem 2, abaixo, ao destacar a frase “Minha menstruação não atrapalha o meu dia. O que atrapalha é você me estigmatizando” convida a reflexão de que desvelar os corpos que menstruam do estigma não é uma luta fácil, pois a internalização da desconfiança, do sentimento de impureza e dos discursos sociais e da publicidade atrapalham e impedem a normalização destes corpos, ou mesmo tempo que dicotomicamente as marcas estão convidando essas mulheres a se livrar de estigmas. O texto ao lado da imagem também corrobora para lembrar essa luta: “Dia 28 de maio dia internacional da menstruação. Você sabia desse dia?! Para celebrar esse movimento a @intimusoficial mandou aqui pra casa

⁵ Verificação 15/06/2020.

(hoje)uma ilustração coma minha frase inspiradora, feita pela @nanaths a qual tive a oportunidade de conhecer na campanha #chegadeestigma realizada no dia 8 de março!”

Imagem 02 – Post 1 #menstruação no dia internacional da higiene menstrual



Fonte – Instagram⁶

Diante desses dados, é perceptível a necessidade de um olhar e uma fala acolhedora de quem passa pelos mesmos ciclos. Essa humanização pode trazer para a mulher a dimensão do seu próprio discurso, falar por si, e ter a sua fala abraçada por outras mulheres. Assim, é possível garantir um processo de afetividade na busca de equidade em relação a representação online, como construções metodológicas de alteridades possíveis na educação menstrual, trazendo para a imagem online os resultados de uma experiência construída através da sororidade⁷. Contudo, não é somente sobre sororidade menstrual, mas também sobre questões decorrentes da falta de olhar sobre a interseccionalidade, principalmente em relação a como a experiência de mulheres negras é essencializada nesses debates sobre a menstruação.

Desta forma, a maneira mais eficaz de lutar pelas mudanças discursivas desse corpo que menstrua é entender que não ocupamos uma classe essencialista em total igualdade e que as formas de ser mulher são múltiplas e devem ser respeitadas em seus lugares de fala. Como propõe hooks (1995, p.51),

As mulheres necessitam de se unir em situações em que irá haver desacordo ideológico e de trabalhar para mudar essa interação de forma a que haja comunicação. Isto significa que, quando nós, as mulheres, nos unimos, em

⁶Disponível

em: <<https://inovasocial.com.br/investimento-social-privado/sempr-livre-pesquisa-global-menstruacao/#:~:text=A%20iniciativa%20foi%20criada%20pela.tabus%20que%20permeiam%20o%20assunto.>> Acesso em: 13 abr. 2020.

⁷ O termo sororidade consolidou-se no interior do movimento feminista nos anos 1970 (cf. verbete “Movimentos feministas” in Dicionário Crítico do Feminismo). De acordo com o dicionário Priberam, refere-se à: 1. relação de união, de afeição ou de amizade entre mulheres, semelhante à que idealmente haveria entre irmãs; 2. união de mulheres com o mesmo fim, geralmente de cariz feminista.

vez de fingirmos uma união, reconheceríamos que estamos divididas e que devemos desenvolver estratégias para ultrapassar os medos, os preconceitos, os ressentimentos e a competitividade, etc.

As imagens 03 e 04, abaixo, que acompanham a postagem caracterizam o quanto pode ser violento o olhar que o machismo dá para a menstruação. Essas imagens resgatam o que foi dito no início deste artigo sobre o sangue menstrual ser visto e interpretado de maneira distinta ao sangue que corre nas veias. Essas imagens também promovem uma crítica ao sangue azul propagado pelas publicidades de absorventes, que por muitos anos foi símbolo de apagamento menstrual.

Imagem 03 - Post 2 #menstruação no dia internacional da higiene menstrual



Fonte – Instagram

Imagem 04 - Post 3 #menstruação no dia internacional da higiene menstrual



Fonte – Instagram

É perceptível que a supressão do sangue vermelho nas mídias é oriunda do processo da construção de uma comunicação que atende ao olhar masculinizado e androcêntrico.

É como se este sangue corresse por um canal isolado do resto do sangue que se distribui pelo corpo. Pois um sangramento provocado por um ferimento qualquer não provoca reações especiais. Ao passo que, ao sangue vertido

pela menstruação são manifestadas expressões de nojo e repulsa. (MOREIRA, 2013, p. 86).

As mulheres sempre viveram assombradas pelos fantasmas da violência que incide em seus corpos, constantemente ameaçados, privados de liberdade e segurança, submergidos pela sociedade patriarcal, machista e arbitrária, que culpabiliza a vítima de violência, seja ela moral, física e sexual. Segundo Brownmiller (1975 apud Vieira, 2018, p. 16), “A cultura do estupro constitui-se como um sistema simbólico que ultrapassa a violência física e material contra a mulher e configura uma relação de poder desigual, dominadora, na qual todos os homens têm a capacidade de imprimir o sentimento de medo em todas as mulheres”.

O dia da visibilidade menstrual também é destinado para a discussão de outras temáticas emergenciais e gritantes no nosso país, pois todas essas relações estão interligadas em níveis distintos. A repulsa pelo sangue menstrual deveria ser transferida para a aversão ao estupro, assédio ou qualquer tipo de violência que tem como vítima milhares de mulheres diariamente.

Considerações finais

O século XXI se manifesta nas mudanças oriundas das reinterpretações das crenças alimentadas nos séculos anteriores. As ferramentas de interação online, com apoio das *hashtags* formam uma rede de acesso dinâmico a debates contemporâneos. Desse modo, certos padrões e tabus vivenciados pelas mulheres de outras gerações estão sendo rebatidos e novos discursos vêm sendo cocriados, para assim reconstruir um lugar para as mulheres nas representações socioculturais. O assunto da menstruação está ainda timidamente sendo pautado nas conversas e pesquisas acadêmicas do campo da cultura digital. Essa construção simbólica de um estigma alcança as proximidades de uma verdade potente e para ser interpelada é preciso ser analisada em diversos contextos que habitam.

Se observarmos a sociedade brasileira em pleno século XXI, o tabu associado a menstruação ainda é tão naturalizado e enraizado e por isso não fica facilmente perceptível detectar de onde ele provém. As figuras de dominação agem para que ele se camufle nos discursos, apontando para as mulheres em suas práticas diárias, dizendo o que fazer e o que não fazer e estabelecendo regras a este corpo. Quantas lembranças esse tipo de pesquisa aciona na mente das mulheres que menstruam, quantos diálogos partem dessa retomada reflexiva para que assim essas trocas possam empoderar alguém.

É inegável que esse processo de higienização e silenciamento nasce como demanda de subalternização misógina de agrado ao olhar masculinizado diante do corpo da mulher. São tecnologias de ordens simbólicas construídas por séculos, muitas vezes agenciadas por uma necessidade de controle e ordenação destes corpos. Por fim, acrescenta-se que este artigo espera contribuir com as discussões que buscam romper essa subalternização, desconstruindo tabus e estigmas sobre a menstruação, bem como ampliar o estado da arte sobre a temática, tendo em vista que grande parte dos estudos foram realizados na década de 90, dificultando a interlocução neste artigo com estudos mais recentes.

Referências

- BARGE, Inês Gouveia. **A Gestão da Higiene Menstrual**: percepções sobre direitos sexuais e reprodutivos. 2018. 52 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Instituto Superior de Economia e Gestão, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2018. Disponível em: <<https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/16376>>. Acesso em: 15 jun. 2020.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Trad. Renato Aguiar. 2ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- COUTO JUNIOR, Dilton Ribeiro; VELLOSO, Luciana; SANTOS, Rosemary dos. Os movimentos ciberativistas de (re)existência nas redes sociais e suas implicações para a educação. **Revista Teias**, [s.l.], v. 21, n. 60, p. 91-108, 27 fev. 2020. Universidade de Estado do Rio de Janeiro. <http://dx.doi.org/10.12957/teias.2020.48628>.
- DIEMINGER, Carlise C.; OLIVEIRA, Rafael S. de. Protagonismo ascendente: O ativismo online nas lutas feministas. **Derecho y Cambio Social**. Lima, n. 39, jan. 2015. Disponível em: <https://www.derechoycambiosocial.com/revista039/PROTAGONISMO_ASCENDENTE_LUTA_S_FEMISTAS.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2020.
- GOMES, Sabrina Silva. **Ciberativismo feminista, ethos do consumo e algoritmos**. 2019. 32 f. Monografia (Especialização) - Curso de Centro de Estudos Latino-americanos Sobre Cultura e Comunicação, Escola de Comunicações e Artes, USP. São Paulo, 2019.
- FACHEL-LEAL, Ondina. In ALVES, OC. MINAYO, MCS. **Saúde e doença**: um olhar antropológico. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 1994. p. 127-139.
- FERREIRA, Sílvia. A Construção Científica do Conhecimento acerca da Menstruação. Trabalho apresentado ao Grupo de Estudos sobre Relações de Gênero e Condição Feminina do NEIM/UFBA, Salvador, 1994, p.5.
- HARAWAY, Donna. **Manifesto ciborgue**: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org./Trad.). **Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano**. Belo Horizonte: Autêntica: 2000, p. 39-129.
- hooks, bell. Intelectuais negras. **Estudos Feministas**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p.464-478, 1995.
- LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da Sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes. (org.). **O corpo educado**: Pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 1999, p. 7-35

MAGALHÃES, Izabel. *Eu e tu: a constituição do sujeito no discurso médico*. Brasília: Thesaurus, 2000.

MEHDIZAHDEH, S. Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, v.13, n.4, 2010.

MIRANDA, Juliana Cristina dos Santos et al. JoutJout, Prazer: debates íntimos e quebras de tabus no ciberespaço. *Revista Visagem: Antropologia Visual e da Imagem*, Belém, v. 2, n. 2, p. 39-52, 2016. Julho/dezembro. Disponível em: <http://grupovisagem.org/revista/edicao_v2_n2/artigos/joutjout/>. Acesso em: 16 maio 2020.

MONTARDO, Sandra Portella. Selfies no Instagram: implicações de uma plataforma na configuração de um objeto de pesquisa. *Galáxia (São Paulo)*, [s.l.], n. 41, p. 169-182, ago. 2019. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019237688>.

MOREIRA, Virgínia Palmeira. BATISTA. Mércia. Pronto agora já sou moça?: Símbolos e significados que marcam o corpo menstruado. *Revista Caderno Espaço Feminino do Núcleo de Estudos de Gênero e Pesquisa sobre a Mulher*, v. 29, p. 27, 2016

_____. **"Pronto, agora já sou moça": valores, crenças e saberes que envolvem a menstruação**. 2013. 116f. (Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais) - Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, Centro de Humanidades, Universidade Federal de Campina Grande - Paraíba - Brasil, 2013.

NATANSOHN, L. Graciela. O corpo feminino como objeto médico e “mediático” médico e “mediático”: *Revista Estudos Feministas*, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ref/v13n2/26883.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2020

PAULINO, Simone Campos; PAULINO, Silvia Campos. #ELENÃO: reflexões sobre ciberativismo feminista no brasil nas eleições presidenciais de 2018. *Revista Acadêmica Magistro: Revista do Programa de Pós-Graduação em Humanidades, Culturas e Artes*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 19, p. 1-17, 2019. Disponível em: <<http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/magistro/article/view/5528>> . Acesso em: 18 jun. 202

RAMALHO, Viviane. **‘Viva sem menstruar’**: representações da saúde na mídia. In: SATO, D. & BATISTA JÚNIOR J. R. (Org.). *Contribuições da Análise de Discurso Crítica no Brasil: uma homenagem à Izabel Magalhães*. Campinas: Pontes, 2013, p. 231-255.

SABAT, Ruth. Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 9, n. 1, jan. 2001. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2001000100002>> Acesso em: 23 jul. 2019.

SARDENBERG, Cecília Maria B. “De Sangrias, tabus e poderes: a menstruação numa perspectiva sócio-antropológica”. *Revista Estudos Feministas*, v. 2, n. 2, p. 314-345, 1994.

THOMPSON, B. J. *Ideologia e Cultura Moderna*. 9º edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2011. ZAFRA,

VIEIRA, Pâmela Rocha. **marcas narrativas da cultura do estupro no ciberespaço**: análise da misoginia contra Dilma Rousseff. 2018. 110 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Centro de Artes, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2018. Cap. 1. Disponível em: < <http://repositorio.ufes.br/handle/10/10750>>. Acesso em: 21 jun. 2020.