

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

EDISON CAPP

**COMUNICAÇÃO E PRODUÇÃO DE SENTIDOS SOBRE A MENSTRUÇÃO:
PRÁTICAS DE RECEPÇÃO DE MULHERES A PARTIR DE POSTAGENS NO
INSTAGRAM**

Porto Alegre
2024

EDISON CAPP

**COMUNICAÇÃO E PRODUÇÃO DE SENTIDOS SOBRE A MENSTRUÇÃO:
PRÁTICAS DE RECEPÇÃO DE MULHERES A PARTIR DE POSTAGENS NO
INSTAGRAM**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, linha de pesquisa Culturas, Política e Significação, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Elisa Reinhardt Piedras

PORTO ALEGRE

2024

CIP - Catalogação na Publicação

Capp, Edison

Comunicação e produção de sentidos sobre a menstruação: práticas de recepção de mulheres a partir de postagens no Instagram / Edison Capp. -- 2024.

132 f.

Orientadora: Elisa Reinhardt Piedras.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Porto Alegre, BR-RS, 2024.

1. comunicação. 2. consumo midiático. 3. recepção. 4. saúde da mulher. 5. menstruação. I. Piedras, Elisa Reinhardt, orient. II. Título.

EDISON CAPP
COMUNICAÇÃO E PRODUÇÃO DE SENTIDOS SOBRE A MENSTRUAÇÃO:
PRÁTICAS DE RECEPÇÃO DE MULHERES A PARTIR DE POSTAGENS NO
INSTAGRAM

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, linha de pesquisa Culturas, Política e Significação, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre em Comunicação.

Aprovado em 08/02/2024
BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Elisa Reinhardt Piedras – PPGCOM/UFRGS
Orientadora

Profa. Dra. Camila Giugliani – UFRGS

Profa. Dra. Laura Hastenpflug Wottrich Couto – PPGCOM/UFRGS

Profa. Dra. Zulmira Newlands Borges – UFSM

Profa. Dra. Daniela Schmitz – UFRGS – suplente

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Professora Doutora Elisa Reinhardt Piedras, pela acolhida afetuosa e pela orientação dedicada ao longo deste período acadêmico. Sua capacidade de incentivar meu crescimento intelectual foi fundamental para minha jornada, e estou profundamente agradecido pela confiança que depositou em mim. Sua abordagem comprometida com a formação acadêmica, combinada com uma compreensão compassiva, permitiu-me absorver conceitos teóricos e adquirir uma percepção mais profunda do campo de estudo.

Ao Paulo e ao Tito, parceiros nesta trajetória.

Aos meus pais, Vera e Edison, agradeço pela vida, pelo carinho, pelo amor e pelas inúmeras oportunidades que, generosamente, apresentaram ao longo dos anos. Em especial, quero expressar meu imenso agradecimento pela educação que me proporcionaram. Foi por meio do comprometimento de vocês com o meu desenvolvimento acadêmico e pessoal que pude explorar horizontes, adquirir conhecimentos valiosos e forjar as bases para o meu futuro.

Às minhas irmãs, Helena, Belara e Clarissa, que menstruaram discretamente ao longo das décadas em que compartilhamos a casa dos meus pais.

Obrigado a todas!

Ich bin ja jetzt in einem Alter, wo es jede Zeit das letzte Mal sein könnte. Deswegen habe ich immer weiße, frische Taschentücher bei mir. Und wenn eine Periode kommt: Tschack! Nehme ich ganz frisches Blut. Weil es wäre so schade, wenn ich das letzte Mal verpassen würde. Und wenn ich dieses frische Blut auf diesem weißen Tuch habe, dann schreibe ich es mit Datum und Ort und hänge es auf! Was für eine Rot!

Estou agora em uma idade em que a última vez pode ser a qualquer momento. É por isso que sempre tenho lenços brancos e frescos comigo. E quando chega a menstruação: Tschack! Eu pego o sangue fresco. Porque seria uma pena se eu perdesse a última vez. E quando eu tiver aquele sangue fresco naquele pano branco, escreverei a data e o local, e depois o pendurarei! Que vermelho!

Blut, Les Reines Prochaines, 2013

RESUMO

A menstruação é uma experiência complexa, influenciada por fatores biológicos e socioculturais, com impacto econômico e uma comunicação limitada, seja no âmbito pessoal ou midiático. O objetivo da pesquisa é identificar como a menstruação é tematizada na comunicação midiática (redes sociais digitais – Instagram) e analisar a recepção dessa comunicação por mulheres adultas (18-25 anos, baixa renda, alta escolaridade). A revisão da literatura e a discussão teórica abrangem conceitos e pesquisas sobre a menstruação no contexto da saúde da mulher e na sociedade; a comunicação da/sobre a saúde da mulher e a menstruação; e o consumo midiático e recepção pelas mulheres da comunicação sobre menstruação. A metodologia da pesquisa é qualitativa, envolvendo dados documentais e observacionais. Através de entrevistas semiabertas sucessivas e grupo de discussão presenciais, as 10 mulheres pesquisadas relatam experiências, o consumo midiático e as práticas de recepção. Através da análise documental identificou-se o conteúdo abordado da comunicação midiática sobre menstruação nas redes sociais digitais (11 perfis e hashtags do Instagram mencionados pelas informantes). Os resultados apontam que, para as mulheres pesquisadas: (a) a menstruação é vivida de forma complexa como um processo biopsicossocial ambivalente (natural, tranquilo, parte inevitável de tornar-se mulher, também associado a sintomas e experiências negativas, como cólicas, alterações de humor e inchaço); (b) a comunicação sobre menstruação consumida pelas mulheres (no Instagram) é fruto de um ecossistema de produtores (perfis pessoais, de profissionais de saúde e de marcas), aborda conteúdos informativos (sintomas, terapias e produtos), contemplando aspectos políticos da menstruação, sua normalização e desmistificação; (c) as práticas de recepção da comunicação sobre menstruação no Instagram priorizam conteúdos que abordam saúde, bem-estar e empoderamento, tem confiança no conteúdo e discernimento ao identificar publicidade. As visões variam quanto à persistência do tabu em torno da menstruação, observando-se avanços devido a mudanças socioculturais e históricas. Fica evidente que promover uma abordagem comunicativa inclusiva e sensível à realidade das mulheres, bem como desconstruir o estigma em torno da menstruação, é crucial para a sua saúde e o bem-estar.

Palavras-chave: comunicação; consumo midiático; recepção; saúde da mulher; menstruação.

ABSTRACT

Menstruation is a complex experience, influenced by biological and sociocultural factors, with economic impact and limited communication, whether at a personal or media level. This research aims to identify how menstruation is thematized in media communication (digital social networks - Instagram) and analyze the reception of this communication by adult women (18-25 years old, low income, high education level). The literature review and theoretical discussion encompass concepts and research on menstruation in the context of women's health and society; communication of/about women's health and menstruation; and media consumption and reception by women of communication about menstruation. The research methodology is qualitative, involving documentary and observational data. Through successive semi-open interviews and face-to-face discussion groups, the 10 participants reported experiences, media consumption, and reception practices. Through documentary analysis, the addressed content of media communication about menstruation on digital social networks was identified (11 profiles and hashtags on Instagram mentioned by the informants). The results indicate that, for the participating women: (a) menstruation is experienced as a complex biopsychosocial ambivalent process (natural, calm, an inevitable part of becoming a woman, also associated with symptoms and negative experiences such as cramps, mood swings, and bloating); (b) the menstruation communication consumed by women (on Instagram) is the result of a producer ecosystem (personal profiles, health professionals, and brands), addressing informative content (symptoms, therapies, and products), encompassing political aspects of menstruation, its normalization, and demystification; (c) the reception practices of communication about menstruation on Instagram prioritize content that addresses health, well-being, and empowerment, trusting the content and showing discernment in identifying advertising. Views vary on the persistence of the taboo surrounding menstruation, observing advancements due to sociocultural and historical changes. It is evident that promoting an inclusive and sensitive communicative approach to women's reality, as well as deconstructing the stigma surrounding menstruation, is crucial for their health and well-being.

Keywords: communication; media consumption; reception studies; women's health; menstruation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de Circuito da Cultura de Stuart Hall.....	22
Figura 2. Número de publicações resgatadas no PUBMED utilizando como descritor “menstruação” (<i>menstruation</i>) de 1941 a 2018 (CRITCHLEY <i>et al.</i> , 2020).	25
Figura 3. Estimativa da frequência de menstruações durante a vida da mulher ao longo dos anos.....	41
Figura 4. Modelo integrado de experiência menstrual.	53

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Instrumento de coleta de dados bibliográficos.	26
Quadro 2. Instrumento de descrição de dados bibliográficos.	26
Quadro 3. Procedimentos adotados para cada objetivo específico.	27
Quadro 4. Perfil das participantes nas entrevistas e no grupo de discussão*.	29
Quadro 5. Perfis e <i>hashtags</i> do Instagram que foram pesquisados.	30
Quadro 6. Instrumento de coleta de dados observacionais – Entrevista 1.	32
Quadro 7. Instrumento de coleta de dados observacionais – Entrevista 2.	33
Quadro 8. Instrumento de coleta de dados observacionais – Grupo de discussão. .	35
Quadro 9. Instrumento de coleta de dados documentais – Postagens.	37
Quadro 10. Perfis e hashtag referidos pelas entrevistadas.	70
Quadro 11. Entrevistada 1 – Perfil de Marcela McGowan (@marcelamcgowan) sobre ter esquecido de tomar o anticoncepcional (A) e alergia a absorvente (B)	82
Quadro 12. Entrevistada 2 – Perfil da Always (marca de absorvente menstrual).	83
Quadro 13. Entrevistada 3 – Aline Campos em aula de ioga durante a qual ficou menstruada.	84
Quadro 14. Entrevistada 3 – Dicas sobre como utilizar o absorvente e uso de chás no perfil #menstruação.	85
Quadro 15. Entrevistada 3 – Dicas sobre como colocar o coletor menstrual.	86
Quadro 16. Entrevistada 4 – Perfil Inciclo com dicas sobre coletor menstrual.	87
Quadro 17. Perfis apresentados para verificar a produção de sentidos das entrevistadas.	88
Quadro 18. Apropriação das estudantes a partir da publicação do Projeto menstRUA.	89
Quadro 19. Apropriação das estudantes diante da publicação do perfil pilates.rosamaria.	92
Quadro 20. Apropriação das estudantes diante da publicação do perfil _korui_.	95

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Tema e justificativa	12
1.2 Problema de pesquisa	18
1.3 Objetivo geral.....	18
1.4 Objetivos específicos	19
1.5 Estrutura da dissertação	19
2 METODOLOGIA.....	21
2.1 Perspectiva adotada	21
2.2 Tipo de pesquisa.....	23
2.3 Etapa teórica.....	24
2.4 Etapa empírica.....	27
2.4.1 Dados observacionais	30
2.4.2 Dados documentais.....	36
3 REVISÃO DA LITERATURA E DISCUSSÃO TEÓRICA	38
3.1 A menstruação no contexto da saúde da mulher e na sociedade	39
3.2 A comunicação da/sobre a saúde da mulher e a menstruação.....	47
3.3 O consumo midiático e recepção pelas mulheres da comunicação sobre menstruação	57
4 ESTUDO EMPÍRICO.....	64
4.1 A menstruação vivida pelas mulheres pesquisadas	64
4.2 Comunicação sobre/da menstruação no Instagram	69
4.3 Práticas de recepção da comunicação sobre menstruação pelas mulheres	80
4.4 As mulheres e o debate sobre a menstruação e a comunicação da menstruação	96
4.5 Resultados e interpretação	105
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	114
6 REFERÊNCIAS	121
7 APÊNDICE	131
7.1 Termo de consentimento livre e esclarecido	131

1 INTRODUÇÃO

1.1 Tema e justificativa

A menstruação é uma vivência específica do ciclo biológico da mulher. A forma como é apresentada em diferentes canais de comunicação tem repercussões na perspectiva das mulheres. Eventualmente, é apresentada como um efeito colateral, uma situação indesejável e desnecessária, a qual pode ser suprimida com uso de contraceptivos orais hormonais ou dispositivos intrauterinos com hormônios. Recentemente, a dignidade ou a pobreza menstrual tem sido abordada em jornais, revistas, séries televisivas e redes sociais digitais.

Essa pesquisa envolve os conhecimentos das áreas da Comunicação e da Saúde da Mulher (Medicina/Ginecologia e Obstetrícia) para explorar como ocorre o consumo midiático de questões sobre menstruação que circulam nas redes sociais digitais (especificamente Instagram) e a recepção das mulheres adultas. A pesquisa se justifica porque, embora seja um fenômeno natural e prevalente, a menstruação é pouco abordada nos estudos sobre comunicação interpessoal e midiática.

Em média, 65 dias no ano são vivenciados com fluxo sanguíneo menstrual por aproximadamente um quarto das mulheres no mundo (VAN EIJK *et al.*, 2019). A menstruação é resultado de funcionamento normal do corpo e um sinal de saúde reprodutiva. Mulheres precisam de produtos menstruais eficazes, seguros e acessíveis, e condições de higiene, privacidade e segurança para utilizá-los evitando que o período menstrual afete sua saúde, educação, trabalho, vida social. Cerca de 800 milhões de pessoas estão menstruadas a cada dia em todo o mundo (KING, 2023).

Na década de 1990, o livro “Menstruação: a sangria inútil” de Elsimar Coutinho provocou uma estranheza ao tratar a menstruação como algo que poderia e deveria ser evitado (COUTINHO, 1999). Nesta obra, fruto de uma pesquisa detalhada sobre o fenômeno da menstruação desde os tempos pré-históricos, o autor apresenta uma tese provocativa que desafia os conceitos existentes. Ele argumenta que a menstruação é uma sangria intrinsecamente inútil, estimulando uma revisão profunda de preconceitos longamente instituídos. O autor destaca dados históricos, contextos culturais e científicos para sustentar sua visão, convidando os leitores a reconsiderarem sua compreensão sobre esse aspecto natural e universal da vida

feminina. Este tipo de abordagem provoca reflexão sobre a forma como a menstruação é abordada na vida das mulheres e requer tensionamentos através de debates e pesquisas acadêmicas.

Recentemente, o documentário *Period. End of Sentence* (ZEHTABCHI, 2019) (veiculado na plataforma de streaming Netflix) foi destaque e concorreu a vários prêmios, entre eles o Oscar (prêmio da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas, Los Angeles, EUA). Neste documentário, em uma região rural da Índia, é apresentado como o estigma da menstruação persiste e como as mulheres buscam alternativas para produção de absorventes de baixo custo.

A saúde da mulher é uma área que tem um grande potencial de abordagem pela comunicação (AMARAL, 2004). Persistem muitos tabus e preconceitos envolvendo temas como a sexualidade feminina, o planejamento familiar, a menopausa e a saúde reprodutiva. Cada vez mais a mídia tem se mostrado comprometida em disseminar informações relevantes sobre esses assuntos. Um exemplo disso foi a matéria de capa do jornal Folha de São Paulo em 15/02/2022 – “Falta de dinheiro e de acesso agrava pobreza menstrual na Ilha de Marajó” (DAMASCENO; XAVIER, 2022) – que abordou a questão da dignidade menstrual, evidenciando a necessidade de políticas públicas que garantam o acesso a produtos de higiene pessoal adequados para mulheres em situação de vulnerabilidade social. Essa iniciativa é um passo importante para desmistificar o tema e promover uma comunicação mais responsável e inclusiva sobre a saúde da mulher. Contudo, o enfoque da matéria foi econômico: dirigido para o consumo. A oportunidade pedagógica de esclarecimento sobre o ciclo menstrual foi ignorada, reduzindo a chance de, com base científica e de maneira esclarecedora, oportunizar a reflexão das mulheres sobre este tema, que não deveria ser, mas é tão sensível. A Comunicação tem papel essencial na formação dos cidadãos. O consumo midiático e a recepção podem variar amplamente quando se trata de tema tão sensível e cheio de tabus como é a menstruação.

No âmbito acadêmico, a pesquisa se justifica pelo fato do tema menstruação, como objeto de pesquisa das áreas da Saúde e Comunicação, como foi observado na revisão da literatura e discussão (Capítulo 3), não ter sido esgotado com as investigações que foram realizadas até o momento. Apesar da menstruação ter sido abordada com diferentes enfoques (HENNEGAN *et al.*, 2019; VARGENS *et al.*, 2019;

CRANKSHAW; STRAUSS; GUMEDE, 2020; CRITCHLEY *et al.*, 2020; RUBINSKY; GUNNING; COOKE-JACKSON, 2020; HALL, 2021; HA; ALAM, 2022; HOLST *et al.*, 2022), na área da Comunicação (AMARAL, 2004; OLIVEIRA, 2008; ALVES, 2022) e da Saúde (CAPP; HOHLFELDT, 2013; FELITTI, 2016; HENNEGAN *et al.*, 2019; HOLST *et al.*, 2022), são poucos os estudos sobre como são as práticas de recepção das mulheres sobre a forma como a menstruação é tematizada nas redes sociais digitais (Instagram). O artigo de Hennegan e colaboradores (HENNEGAN *et al.*, 2019), no qual é discutida a atenção às necessidades menstruais de mulheres, serviu como provocação/inspiração para esta reflexão sobre a importância da menstruação como fenômeno sociocultural a partir do consumo, da recepção da comunicação.

No âmbito das pesquisas realizadas no Brasil, a menstruação já foi apresentada como um evento desnecessário na vida da mulher moderna, o qual deixava de ser natural, pertencente ao ciclo vital feminino e que poderia (e deveria) ser medicalizado (COUTINHO, 1999). Mais recentemente, a menstruação passou a ser abordada como algo mais corriqueiro e a dignidade menstrual foi debatida dentro do ensino básico, mostrando tanto a falta de conhecimento para lidar com o período, quanto a falta de insumos e infraestrutura material (WILLIG; SCHMIDT, 2022). Em 2022, a discussão do direito ao acesso a absorventes e produtos de higiene menstrual teve destaque em notícias e publicações em mídias sociais (U.N.F.P.A., 2021; PINHEIRO, 2022; SZABATURA, 2022). Jovens brasileiras têm buscado alternativas economicamente viáveis para a produção de produtos com baixo custo (PINHEIRO, 2022). A Câmara de Deputados Federais tem iniciativas como o Projeto de Lei 6784/2016, o qual prevê a inclusão de afastamento do trabalho durante o período menstrual (BRASIL, 2016a). Os estudos no Brasil sobre a saúde da mulher, e mais especificamente sobre a menstruação, na área da Comunicação ainda são embrionários (OLIVEIRA, 2008; YAMAMOTO, 2011; DINIZ, 2012; LANGEBECKER *et al.*, 2019; FORNARI *et al.*, 2021; PINHEIRO, 2022; WILLIG; SCHMIDT, 2022).

O ciclo menstrual, a menstruação parece ter um impacto social muito maior do que é percebido, discutido, falado ou apresentado pelos meios de comunicação e nas mídias sociais (DAMASCENO; MENON; XAVIER, 2022; DAMASCENO; XAVIER, 2022; SZABATURA, 2022). Apesar de ter uma visibilidade maior do que, por exemplo, há 30 anos, o tema “menstruação” segue envolto em mistérios, tabus e restrito ao mundo feminino (TRAVASSOS *et al.*, 2002; OLIVEIRA, 2008; OLIVEIRA *et al.*, 2009;

DINIZ, 2012; LANGEBECKER *et al.*, 2019; U.N.F.P.A., 2021; ALVES, 2022). Como o ciclo menstrual impacta a vida das mulheres tem sido abordado de forma incipiente em espaços de troca de experiências, de forma virtual (grupos do Facebook, perfis de Instagram) e presencial (oficinas, círculos de mulheres) (FELITTI, 2016).

É importante notar que a representação dos temas relacionados à saúde das mulheres também pode apresentar disparidades entre o que é publicado e a realidade. Isso leva a refletir sobre como as imagens e conceitos associados à feminilidade são percebidos e interpretados por diferentes pessoas. Faz-se necessário explorar como a sociedade encara diversas expressões de gênero e sexualidade, seja em relacionamentos heterossexuais ou não, e como as pessoas se identificam em um mundo que muitas vezes as enquadra rigidamente em categorias binárias de masculino e feminino (SCUDELLER; ROCHA; NEVES, 2023).

Além disso, as fontes são em sua maioria documentais (protocolos, diretrizes), deixando de dar vozes às mulheres afetadas, as quais são as diretamente interessadas (CASTILHOS; ALMEIDA, 2020). Embora o tema da menstruação possa parecer ter uma abordagem relevante, a mídia frequentemente retrata o ciclo menstrual mais como um problema a ser resolvido com medicamentos do que como um evento natural (CHRISLER; LEVY, 1990; SEALE, 2003). A mídia reflete concepções da sociedade, e neste caso a concepção hegemônica pode vir da própria Medicina (e, em especial, da Ginecologia e Obstetrícia), em um processo histórico de medicalização dos processos naturais e de crescimento do poder médico. Assim, a mídia popular tende a retratar a menstruação e sua cessação como períodos cheios de sintomas e outros problemas, e os meios de comunicação também carregam propagandas de produtos destinados a resolver esses supostos problemas. Não sendo, na realidade, problemas, a mídia se encarrega colaborar para a medicalização destes estados normais do ciclo vital feminino.

Considerando as diferenças sociais e econômicas do Brasil, é possível que, em certas regiões, esta situação não seja diferente da Índia: meninas abandonando o ensino pelo estigma da menstruação, mulheres faltando ou sendo excluídas do mercado de trabalho (TRAVASSOS *et al.*, 2002; ALCÂNTARA; TORRES, 2020; U.N.F.P.A., 2021). Mesmo mulheres escolarizadas de regiões mais desenvolvidas do país podem sofrer algum tipo de discriminação ou exclusão durante seu período menstrual. As condições de dignidade, higiene, cuidados e inclusão que são providas

para as mulheres (e homens que menstruam) durante os seus dias de sangramento, a disponibilidade de banheiros limpos e adequados para troca de absorventes e higiene das mãos, o acesso a absorventes industrializados e a situação de vulnerabilidade a que se submetem ao se perceberem menstruadas poderiam ser mais discutidos.

Para superar a barreira econômica, pesquisadores brasileiros têm buscado alternativas ecológicas e financeiramente viáveis para a produção de absorventes. Em 2022, alunas do Ensino Médio do Rio Grande do Sul desenvolveram absorventes ambientalmente sustentáveis e de baixo custo fabricados a partir de subprodutos industriais e que custam, em média, dois centavos (em 2022) para serem produzidos (PINHEIRO, 2022). A oferta de produtos para atender o ciclo menstrual é ampla e variada, às vezes com fundamentos que vão além do argumento objetivo da rentabilidade econômica e propõem estilos de vida mais saudáveis, mais livres, ecológicos, socialmente comprometidos e empoderadores (FELITTI, 2016). Mesmo assim, a falta de fundos para comprar itens menstruais ou alívio da dor e a falta de panos ou produtos menstruais comerciais acessíveis é uma realidade (HENNEGAN *et al.*, 2019). Em famílias nas quais não há dinheiro para necessidades básicas, absorventes higiênicos comerciais são considerados artigos de luxo inacessíveis. Em contextos humanitários, a mudança no acesso a materiais tem impacto nas experiências menstruais das mulheres (HENNEGAN *et al.*, 2019). Compreender os aspectos fisiológicos, sociais, econômicos pode ajudar meninas e mulheres a uma melhor gestão social, econômica, psicológica da menstruação. Esse papel moderador do conhecimento, da tematização da menstruação, pode ter participação importante das redes sociais digitais.

Através da comunicação sobre saúde, especialmente sobre menstruação, é possível melhorar a qualidade de vida das mulheres e evitar que muitas sigam vivendo com o estigma da menstruação como sinônimo de saúde debilitada. Também é possível diminuir os gastos do governo com ações curativas e alertar aos governantes e a comunidade científica sobre os temas que merecem espaço nas agendas e ações de saúde pública. Estes desafios importantes podem ser vencidos com a ampliação da diversidade de temas e enfoques adotados, bem como com a produção de investigações sobre o assunto (LANGEBECKER *et al.*, 2019).

Além das justificativas apresentadas, a relevância pessoal para o desenvolvimento da pesquisa apresenta-se em dois pontos. O primeiro se relaciona com a minha trajetória profissional e acadêmica. Minha primeira graduação foi em Medicina (1988) e foi seguida com a realização de Residência Médica em Ginecologia e Obstetrícia, área na qual tenho atuado há mais de 30 anos. A formação em Comunicação foi realizada mais tarde (2014) com a graduação em Jornalismo. Nesta segunda graduação, iniciei uma trajetória de investigação sobre como eram tratados os assuntos abortamento, contracepção, infecções sexualmente transmissíveis, menopausa e ciclo menstrual em jornais impressos brasileiros, portugueses e angolanos (CAPP; HOHLFELDT, 2013). Assim, o tema menstruação já aparecia em meu trabalho de conclusão de curso em Jornalismo.

O segundo ponto diz respeito a minha vivência familiar. Venho de uma família grande (somos cinco irmãos: três mulheres e dois homens, configuração não tão incomum para aqueles que nasceram na década de 1960, no Brasil), cujos pais sempre tiveram um posicionamento aberto, esclarecido, guiados pela liberdade política, de opinião e ligados ao pensamento racional e à ciência. Mesmo vivendo em uma casa com várias mulheres (mãe e irmãs, mas também com primas e amigas), não recorro de ter visto em algum momento absorventes, ou de ter ficado sabendo que minha mãe ou minhas irmãs tenham ficado menstruadas. O assunto foi sempre tratado com muita discrição, chegando próximo a constituir um tabu. O que é paradoxal, dado que, em 2017, aproximadamente 1,9 bilhão de mulheres em todo o mundo, cerca de 26% da população mundial, estava em idade menstrual, ou seja, entre a menarca (primeira menstruação) e a menopausa¹ (última menstruação) (VAN EIJK *et al.*, 2019; BABBAR *et al.*, 2022). E destas, 500 milhões não tinham acesso a produtos menstruais (BABBAR *et al.*, 2022).

É importante salientar que faço a abordagem do tema de uma perspectiva masculina, que não vivencia pessoalmente a menstruação. Assim, meu contato com o objeto de estudo é baseado em observações e em dados coletados a partir das narrativas de mulheres que vivenciam esse processo. Reconheço que esse percurso

¹ É um diagnóstico retrospectivo que ocorre após um ano sem menstruar. Ela ocorre geralmente entre os 45 e 55 anos de idade, mas pode ocorrer mais cedo ou mais tarde em algumas mulheres (WENDER *et al.*, 2017).

tinha o potencial de gerar inseguranças tanto para mim quanto para as mulheres que participaram como interlocutoras da pesquisa. O ato de falar em nome de outras pessoas é cada vez mais criticado como prática discursiva, e algumas comunidades o reprovam. Existe um crescente reconhecimento de que a posição do falante afeta o significado e a veracidade do que é dito, portanto, não se pode assumir uma habilidade que transcenda sua posição social ou identidade. Em outras palavras, a posição do falante (que pode se referir à sua posição social ou identidade) tem um impacto epistêmico significativo nas afirmações do falante e pode autorizar ou desautorizar o discurso de alguém (ALCOFF, 1991). Tentar falar o texto de outro implica em um constante processo de adiamentos, aproximações, e, principalmente, negociações (SPIVAK, 2010). Apesar desses desafios, esta pesquisa com interfaces entre Comunicação e Saúde da Mulher é uma oportunidade valiosa para transformar a sociedade. Reflexões sobre esse tema podem ajudar a reduzir o estigma em torno da menstruação e promover a compreensão de que se trata de algo natural e complexo, que tem um impacto significativo na vida das mulheres. Dessa forma, esta pesquisa pode contribuir para o desenvolvimento de uma abordagem mais abrangente e saudável sobre a menstruação, e promover a reflexão sobre uma alternativa de comunicação e saúde que leve em consideração as experiências das mulheres.

1.2 Problema de pesquisa

Como as mulheres vivem a menstruação e produzem sentido sobre a comunicação da menstruação?

1.3 Objetivo geral

Identificar como a menstruação é tematizada na comunicação midiática (rede social digital – Instagram) e analisar a recepção dessa comunicação por mulheres adultas (18-25 anos, baixa renda, alta escolaridade).

1.4 Objetivos específicos

1. Analisar como a menstruação é vivida pelas mulheres pesquisadas (18-25 anos, baixa renda, alta escolaridade) e o seu consumo midiático sobre esse tema na rede social Instagram;
2. Descrever como a menstruação é tematizada pelas publicações sobre menstruação na rede social Instagram no contexto pesquisado (no Brasil, em 2023, a partir do consumo midiático das mulheres pesquisadas);
3. Mapear a presença/circulação da menstruação no consumo midiático (no Instagram) das mulheres pesquisadas (diante da oferta de publicações sobre menstruação, quais são consumidas);
4. Analisar a recepção da comunicação sobre menstruação (das publicações no Instagram) pelas mulheres pesquisadas (como são apropriadas, qual é o sentido produzido em relação a isso, e como isso repercute na forma como a menstruação é vivida por elas).

1.5 Estrutura da dissertação

No **segundo capítulo**, é descrita a trilha metodológica seguida para a realização desta pesquisa. É feita uma reflexão sobre o método de pesquisa em Comunicação escolhido e são apresentadas as técnicas e as fontes utilizadas. É apresentada a perspectiva a partir da qual os dados coletados e as entrevistas são analisados (Comunicação, Práticas Culturais e Estudos de Recepção). São apresentados detalhes das etapas teórica e empírica utilizadas para mapear a tematização da menstruação no contexto midiático das mulheres pesquisadas e a identificação de quais são apropriadas.

No **terceiro capítulo**, é apresentada uma abrangente revisão bibliográfica que serve de base para a subsequente discussão teórica. O debate é conduzido a partir de estudos antecedentes de autores das áreas da Comunicação e da Saúde do contexto brasileiro e internacional. É abordada **a menstruação no contexto da saúde da mulher e na sociedade** se estendendo para além dos aspectos biológicos e explorando o papel da comunicação sobre a **saúde menstrual**. Além disso, analisa-se o **consumo midiático e práticas de recepção** associados à menstruação por

mulheres adultas. Esta análise crítica proporciona uma compreensão mais holística das interconexões entre a saúde feminina, comunicação e mídia na esfera da menstruação.

No **quarto capítulo**, a pesquisa se aprofunda nas vivências individuais das mulheres em relação à menstruação das mulheres pesquisadas. O foco então se desloca para a esfera digital, especificamente sobre como a comunicação da menstruação é apresentada no Instagram, destacando como essa plataforma influencia e reflete as narrativas em torno da menstruação. São investigadas as práticas de recepção da comunicação sobre menstruação pelas mulheres, analisando como as mensagens são interpretadas e integradas às suas vidas cotidianas. A seguir, é apresentado o grupo de discussão que foi realizado e dedicado à intersecção entre menstruação e comunicação, proporcionando um espaço para mulheres pesquisadas compartilharem suas percepções e reflexões. Por fim, os resultados dessas análises são apresentados e interpretados, oferecendo um entendimento compreensivo e significativo das complexas interações entre a menstruação, a comunicação e as experiências individuais das mulheres envolvidas na pesquisa.

2 METODOLOGIA

Inicialmente, são apresentados a **perspectiva adotada** e o **tipo de pesquisa**. A seguir, são apresentados os **procedimentos** que são utilizados para a realização da **etapa teórica** e da **etapa empírica**. São detalhados: as **fontes**, os **instrumentos** e os **procedimentos** para a **coleta dos dados**, como os **dados** são **descritos** e **analisados**.

2.1 Perspectiva adotada

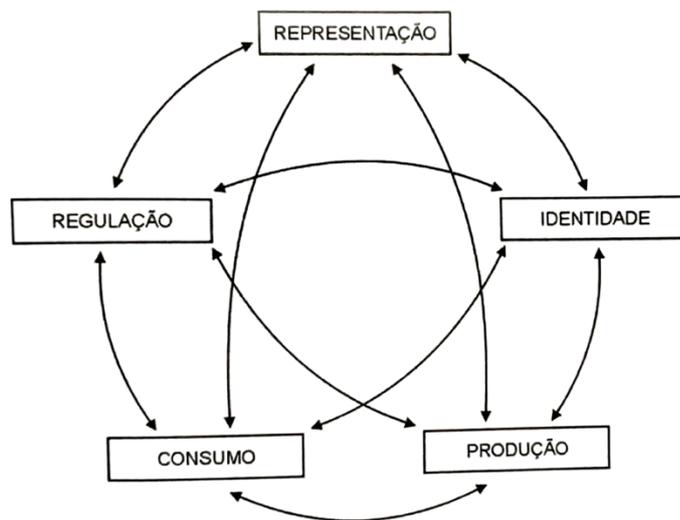
Esta dissertação está inserida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (PPGCOM), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, o qual está vinculado à grande área de Comunicação e Informação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Esta área aborda os fenômenos centrais da sociedade contemporânea e tem um papel importante na produção de conhecimentos e na formação acadêmica de profissionais e pesquisadores, no sentido de propiciar uma percepção mais ampla da realidade e mobilizar práticas criativas e inovadoras, contribuindo para o empoderamento do indivíduo e contribuindo para a emancipação social (D'ALMONTE; PINHO; SILVA, 2019). No PPGCOM/UFRGS, a dissertação é desenvolvida no âmbito da linha de pesquisa Culturas, Política e Significação, a qual inclui os estudos de comunicação com o enfoque teórico, metodológico e aplicado a processos, produtos e práticas a partir dos seguintes enfoques: linguagens; imagem, imaginário e estética; instituições políticas; comunicação política e pública; comunicação organizacional; comunicação alternativa; comunicação, cidadania e meio ambiente; comunicação persuasiva; consumo e recepção; jornalismo e interfaces (PPGCOM, 2022).

Além disso, esta dissertação é desenvolvida no Grupo de Pesquisa Comunicação e Práticas Culturais, privilegiando a perspectiva da Comunicação a partir das práticas dos sujeitos do processo comunicativo, e não necessariamente a tradicional priorização da análise de produtos midiáticos. Nesse cenário, a pesquisa privilegia as práticas e narrativas das mulheres diante da Comunicação sobre a menstruação.

A inserção da Comunicação nas Práticas Sociais é fortemente condicionada pela diferenciação e especialização introduzida pela modernidade na esfera social. É possível reconhecer três funções que são exercidas pela Comunicação: educação, difusão e diversão (MARTIN-BARBERO, 1990). A partir dessa reflexão, considera-se o potencial da pesquisa repercutir para além dos muros universitários, através de iniciativas de extensão que promovam a circulação de uma comunicação sobre/da menstruação alternativa à hegemônica.

A pesquisa está teórica e metodologicamente alinhada à abordagem dos Estudos Culturais e de Recepção, privilegiando essa instância. Contextualiza-se essa escolha a partir do “Circuito da Cultura” proposto por Stuart Hall (HALL, 1997) com ênfase no campo de interação e produção de sentidos das práticas socioculturais. Com isso há articulação entre as instâncias da produção, do consumo, da regulação, da identidade e da representação. As complexidades das interações são potencializadas, pois cada elemento faz articulações distintas e particulares com os demais, levando a multiplicação dos pontos de vista a partir dos quais os aspectos do circuito são examinados (Figura 1).

Figura 1 Modelo de Circuito da Cultura de Stuart Hall.



Fonte: HALL, 1997.

No processo de comunicação, essa dissertação tem como prioridade explorar a instância do consumo na perspectiva de Hall (2003), mas sendo tratada aqui como consumo midiático e recepção da comunicação sobre menstruação. Complementarmente, são contemplados os produtos midiáticos que mobilizam esse

processo, para fins de articulação analítica com a produção de sentido protagonizada pelas mulheres participantes.

Pensar na menstruação, a partir deste enfoque, faz com que a “regulação” cultural seja uma chave conceitual importante para pensar a menstruação e os sentidos associados a ela articulados à reprodução ou mudança de valores e normas sociais. Nesses processos, a comunicação desempenha um importante papel de representação e regulação cultural. A produção de sentido pode ter independência em relação aos processos de decodificação. As leituras dependem das práxis culturais do meio social e cultural no qual o indivíduo está inserido e exerce papel essencial na construção de sentidos. Ainda para Hall, a práxis cultural tem papel determinante nos processos de decodificação da recepção (TRINDADE; ANNIBAL, 2010). Assim, a comunicação compreende três processos essenciais: codificação, decodificação e recodificação. A codificação se refere ao momento em que a mensagem é criada e expressa pelo emissor de uma determinada maneira. Por outro lado, a decodificação acontece quando o receptor interpreta e atribui significado à mensagem recebida.

2.2 Tipo de pesquisa

É uma pesquisa exploratória com uma abordagem qualitativa. Tem a intenção de abordar os diferentes aspectos relacionados à tematização da menstruação na comunicação e o consumo midiático e recepção dessas mensagens. Com esta abordagem busca-se interpretar os significados sociais e culturais a partir do material empírico, com interesse nas perspectivas das participantes em suas práticas e no conhecimento cotidiano sobre a menstruação. Saber como as mulheres vivenciam e produzem sentido sobre a menstruação contribui para compreender as dinâmicas sociais delas diante do consumo de produtos midiáticos relacionados à menstruação. Com esta metodologia é possível avaliar as qualidades que não são quantificáveis, podendo-se concentrar nos aspectos implícitos do conteúdo analisado (QUADROS; ASSMANN; LOPEZ, 2014) visando entender, descrever, e, eventualmente, explicar determinados fenômenos analisando a experiência de grupos ou indivíduos, da observação de práticas de interação, ou da investigação de documentos como textos, imagens, filmes (FLICK, 2009).

O método utilizado é uma das bases da prática científica e tem um lugar privilegiado na produção e na reflexão sobre o conhecimento em comunicação. O método implica em uma articulação entre o teórico e a prática concreta das pesquisas. Isso leva a consolidação de intervenções, propostas e perspectivas que levam a produção de novo conhecimento (WOTTRICH, 2021).

Esta pesquisa tem duas fases: a etapa teórica e a etapa empírica, as quais serão apresentadas a seguir.

2.3 Etapa teórica

Para realização do estado da arte, são utilizadas as técnicas de pesquisa bibliográfica (STUMPF, 2015) e análise documental (MOREIRA, 2005). Essas técnicas auxiliam a perceber os avanços e as lacunas deixadas pelas investigações, permitindo que se avance na interlocução entre os campos da Comunicação e da Saúde.

As fontes da etapa teórica são: dissertações e teses, periódicos, anais de eventos, relatórios e documentos de organizações, contemplando o período de 2017 até 2023, nas áreas da Comunicação e da Saúde.

Para a coleta de dados teórica (revisão bibliográfica), são, nas ferramentas de busca dos sites, utilizados os descritores “saúde da mulher”, “menstruação” e “recepção”, para o período 2017-2023.

Além da utilização da ferramenta de busca, nos periódicos brasileiros², 2017 a 2023, é realizada busca manual, acessando cada edição e selecionando inicialmente pelo título e, a seguir, pela leitura do resumo. São encontrados diversos artigos que têm alguma relação com o tema. Após a leitura dos resumos e a análise dos textos, são escolhidos os trabalhos relevantes para inclusão integral nesta dissertação.

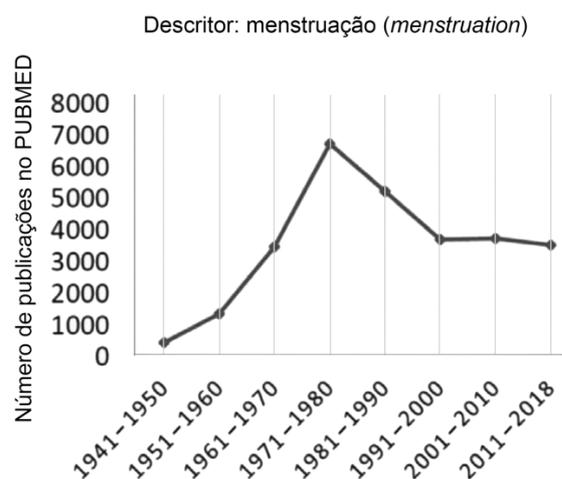
São encontrados artigos nos seguintes eventos: COMPÓS (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação), Congresso Brasileiro

² QUALIS CAPES 2013-2016 A2 e B1: Revista E-Compos, Revista Famecos, Revista InterCom, Matizes, Comunicação, Mídia e Consumo, Comunicação e Sociedade, Revista Alceu, Revista Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, Revista Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, Ciberlegenda, Contracampo, Eco-Pos, Fronteiras – estudos midiáticos, Intexto, Lumina

de Ciências da Comunicação (INTERCOM, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) e na II Jornadas de Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Na área da Saúde, é utilizado o PUBMED, o qual dá acesso ao MEDLINE (*Medical Literature Analysis and Retrieval System Online*, a base de dados bibliográficos da Biblioteca Nacional de Medicina dos Estados Unidos da América), sem limite de data. No PubMed, uma busca pelo termo “menstruação” (*menstruation*) entre 1941 e 1950 resgata menos 1000 publicações. Na década de 1971 a 1980, há um pico com mais de 6000 publicações. A seguir, há um número estável de cerca de 4000 publicações nas últimas 3 décadas de 1991 a 2018 (Figura 3) (CRITCHLEY *et al.*, 2020). De 2019 a 2022, com o descritor “menstruação” são encontrados mais de 2600 artigos.

Figura 2. Número de publicações resgatadas no PUBMED utilizando como descritor “menstruação” (*menstruation*) de 1941 a 2018 (CRITCHLEY *et al.*, 2020).



Fonte: CRITCHLEY *et al.* (2020).

São revisados os bancos de dados de trabalhos de conclusão de mestrado (dissertações) e doutorado (teses). A busca é realizada manualmente nos repositórios dos programas de pós-graduação. No total são pesquisados 41 programas de pós-graduação em Comunicação ou área afim. São obtidos trabalhos pertinentes para este estudo nas seguintes instituições: USP (Universidade de São Paulo), ESPM-SP

(Escola Superior de Marketing de São Paulo), PUCRS (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul), UNISINOS (Universidade do Vale do Rio dos Sinos).

A partir da busca em sites do governo brasileiro (BRASIL, 2010a; b; 2016a; b; 2022), da Secretaria do Estado do Rio Grande do Sul (GONÇALVES; AGOSTINHO; KATZ, 2017), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (I.B.G.E., 2010; 2019), do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) (U.N.I.C.E.F., 2020; U.N.F.P.A., 2021), da Organização Mundial da Saúde (W.H.O., 2009), do *The Royal College of Obstetricians and Gynaecologists* (R.C.O.G., 2014), do *National Health Service* inglês (N.H.S., 2020) é realizada pesquisa bibliográfica de diretrizes e relatórios elaborados órgãos públicos nacionais e internacionais.

Após a coleta de dados para o estado da arte, são selecionadas as pesquisas antecedentes que tivessem o potencial de contribuir para a compreensão de como a menstruação é "vvida" pelas mulheres, de como a menstruação é tematizada pelas narrativas de comunicação e saúde e explorar sua recepção. O instrumento utilizado para a coleta da base teórica é apresentado no quadro 1.

Quadro 1. Instrumento de coleta de dados bibliográficos.

Fonte: T/D AP AE	Título	SOBRENOME, Nome SOBRENOME, Nome (se vários)	Ano	Universidade Autor SIGLA

Fonte: elaboração do autor.

A descrição dos dados, após seleção das pesquisas antecedentes/corpus/estado da arte, é realizada a partir da leitura crítica na íntegra de cada artigo, resumo, dissertação, tese ou livro. Os trechos de interesse são destacados. Todas as referências incluídas na revisão da literatura estão armazenadas em uma pasta e salvos no computador e, por segurança, em nuvem de dados. Para o gerenciamento das referências é usado o programa Endnote X7. O instrumento utilizado para a descrição da base teórica é apresentado no quadro 2.

Quadro 2. Instrumento de descrição de dados bibliográficos.

Autor	Título	Resumo

Fonte: elaboração do autor.

Os resultados das pesquisas anteriores e as referências teóricas de autores consolidados no campo são postos em diálogo por meio da redação do capítulo 3, intitulado "Revisão da literatura e discussão teórica". Este capítulo abrange os achados desta etapa, proporcionando uma análise aprofundada e uma síntese crítica que contextualiza os resultados dentro do corpo existente de conhecimento.

2.4 Etapa empírica

Esta pesquisa recorre a dois tipos de dados: dados documentais e dados observacionais. No quadro 3, são apresentados os desdobramentos no desenvolvimento da etapa empírica da pesquisa para que os objetivos sejam atingidos.

Quadro 3. Procedimentos adotados para cada objetivo específico.

Objetivos específicos	Procedimentos adotados
1) Analisar como a menstruação é vivida pelas mulheres de 18 a 25 anos com alta escolaridade e o seu consumo midiático sobre esse tema na rede social Instagram;	(a) realização de entrevista semiaberta, na qual são coletados (I) dados pessoais e contexto de leitura, (II) vivência sobre menstruação, (III) recepção da comunicação sobre menstruação com ênfase na rede social digital Instagram.
2) Descrever como a menstruação é tematizada pelas publicações sobre menstruação na rede social Instagram no contexto pesquisado (no Brasil, em 2023, a partir do consumo midiático das mulheres pesquisadas);	(b) realização de análise documental e de produtos midiáticos para identificar onde, quando e como a “menstruação” está sendo citada (Instrumento de coleta de dados documentais – Postagens).
3) Mapear a presença/circulação da menstruação no consumo midiático (de redes sociais digitais – Instagram) das mulheres pesquisadas (diante da oferta de publicações sobre menstruação, quais são consumidas);	(c) realização de segunda entrevista para verificação de como ocorre o consumo midiático e as práticas de recepção com a exposição de peças de comunicação que foram identificadas no consumo midiático das interlocutoras sobre menstruação. *
4) Analisar a recepção da comunicação sobre menstruação (das publicações em redes sociais digitais – Instagram) pelas mulheres pesquisadas (como são apropriadas, qual é o sentido produzido em relação a isso, e como isso repercute na forma como a menstruação é vivida por elas).	(d) realização de grupo de discussão sobre menstruação.
*para as duas últimas informantes, como já haviam sido definidas quais as postagens seriam apresentadas para verificar as práticas de recepção diante da exposição de peças de comunicação selecionadas, foi realizada apenas uma entrevista em que foram cumpridas as duas etapas.	

Fonte: elaboração do autor.

Para realização desta pesquisa as fontes são de dados observacionais e documentais. As fontes de dados observacionais são 10 mulheres com idade entre 18 e 25 anos, de baixa renda e alta escolaridade. Esse perfil contempla os objetivos da pesquisa pelos seguintes critérios: mulheres que vivenciam a menstruação de forma plena na idade adulta (mulheres com idade entre 18 e 25 anos), mulheres que podem enfrentar limitações de recursos para aquisição e manejo de produtos menstruais (baixa renda) e mulheres que tenham acesso à informação e educação (alta escolaridade) sobre temas em geral e, provavelmente, também sobre menstruação. As informantes das entrevistas são recrutadas no ambiente da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, considerando a facilidade de acesso a mulheres com alta escolaridade e baixa renda, que, eventualmente, tenham ingressado pelas Ações Afirmativas, com idades entre 21 e 23 anos, procedentes de cidades do Sul do Brasil (Rio Grande do Sul e Paraná), sendo uma autodeclarada negra e quatro brancas.

As participantes do grupo de discussão são convidadas por e-mail através da Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis. Uma estudante manifestou interesse em participar por e-mail e através dela as outras participantes foram convidadas. As mulheres tinham idades entre 20 e 38 anos (uma participante de 38 anos veio com as outras participantes e demonstrou interesse em participar).

As características das fontes/participantes nas entrevistas e no grupo de discussão são apresentadas no quadro 4.

Quadro 4. Perfil das participantes nas entrevistas e no grupo de discussão*.

Participante	Idade (anos)	Etnia	Naturalidade
Entrevistas			
Entrevistada 1	22	branca	Jaguari, RS
Entrevistada 2	23	branca	Primeiro de Maio, PR
Entrevistada 3	22	negra	Porto Alegre, RS
Entrevistada 4	21	branca	Canoas, RS
Entrevistada 5	23	branca	Porto Alegre, RS
Grupo de discussão			
Participante 1	25	branca	Manaus, AM
Participante 2	24	branca	Estrela
Participante 3	21	branca	Osório
Participante 4	20	branca	Porto Alegre
Participante 5	38	branca	Erechim

As fontes de dados documentais são produtos midiáticos de comunicação que circulam nas redes sociais digitais, especificamente Instagram. Nesse ambiente, as fontes da pesquisa são perfis e *hashtags* identificados a partir das práticas de consumo midiático das mulheres participantes da pesquisa (Quadro 5).

Quadro 5. Perfis e *hashtags* do Instagram que foram pesquisados.

Perfil
@marcelamcgowan
@nutricionista_carolfaria
@soualinecampos
@pilates.rosamaria
@sabrasato
@_korui_
@lábioslivres
@inciclo
@projetomenstRUA
#menstruação
@always

2.4.1 Dados observacionais

A coleta de dados ocorre através de entrevistas sucessivas (1 e 2) e um grupo de discussão. A escolha pela técnica de “entrevista semiaberta” se deve por ser essa a mais adequada para acessar informações pessoais e subjetivas das interlocutoras. Este tipo de entrevista “segue um roteiro de questões guias que dão cobertura ao interesse da pesquisa” (DUARTE, 2005) e permite, mesmo com um roteiro, ir percebendo qual o caminho em que as participantes se sentem mais à vontade para discorrer e desse modo as perguntas podem ser adaptadas ao longo da entrevista. É uma maneira de possibilitar que a entrevistada desenvolva suas opiniões e informações da maneira que lhe for conveniente: o entrevistador desempenha apenas funções de orientação e estimulação. O entrevistador pode incluir ou excluir perguntas a partir das ideias apresentadas pelo entrevistado. Esta flexibilidade resulta em uma maior aproximação com a entrevistada, possibilitando exploração sobre o conhecimento sobre menstruação, de suas crenças e valores e de suas representações sobre o tema (TONDO, 2021).

A entrevista é realizada para verificar como ocorre (i) a vivência sobre menstruação e consumo midiático diante da oferta pelas mulheres, (ii) recepção da comunicação sobre menstruação (mensagens) que recebem atenção "espontaneamente" e produção de sentidos sobre as representações da menstruação, e (iii) a apropriação dessa experiência de contato com a mídia para seu cotidiano e sua vivência da menstruação (Quadro 6).

Quadro 6. Instrumento de coleta de dados observacionais – Entrevista 1.

ENTREVISTA 1 – VIVÊNCIA DA MENSTRUACÃO E CONSUMO MIDIÁTICO	
A) Identificação	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Qual o seu nome e a sua idade? 2. Em que cidade você nasceu? 3. Você se considera de qual etnia? 4. Com que gênero você se identifica? 5. Qual sua religião? 6. Qual é o seu estado civil? 7. Você possui filho/filha? 8. Com quem você mora em Porto Alegre? 9. Em qual bairro você reside? 10. Qual é o nível mais alto de escolaridade entre os membros da sua família? 11. Você possui outra ocupação além dos estudos? Sim, qual? 12. Qual é a sua renda mensal? 	
B) Como a menstruação é vivida	
<ol style="list-style-type: none"> 1. O que é a menstruação para você? <ol style="list-style-type: none"> a. Como você se sente com isso? b. O que você sente em relação à menstruação? c. Quais são os aspectos negativos disso para você? E os pontos positivos? 2. O que é saúde menstrual para você? <ol style="list-style-type: none"> a. Como foi a primeira vez que você menstruou? b. Como você se sentiu? c. Como foram as reações das pessoas ao seu redor? d. Com quem você falou? e. Você sentiu que poderia falar com sua família sobre menstruação? f. Você se sentiu pronta para começar a menstruar? 3. Normalmente, como é a sua menstruação? <ol style="list-style-type: none"> a. Dor menstrual (Como é? Como você lida com isso?) b. Sangramento abundante (pergunte a quantidade de produtos menstruais usados em uma menstruação) c. Duração do sangramento a cada menstruação d. Duração do ciclo menstrual e. Qualquer diagnóstico relacionado (por exemplo, endometriose) ou problemas relacionados à menstruação f. Uso de produtos menstruais (que produtos você usa? Por que esses produtos e nenhum outro?) g. Uso de contracepção hormonal 4. Você percebe alguma mudança física e/ou emocional ao longo do seu ciclo menstrual (ou seja, entre uma menstruação e outra)? <ol style="list-style-type: none"> a. Em caso afirmativo, que mudanças você experimenta? b. Como você se sente sobre essas mudanças? 5. A menstruação tem impactos em seu trabalho ou estudo? Quais? 6. E em sua vida social? Quais os impactos da menstruação? 7. Em seu tempo livre, há impacto da menstruação? Quais? 8. Em sua vida sexual, qual o impacto da menstruação? 9. O que você usa nos dias de fluxo para controlar o sangramento? Utiliza alguma outra possibilidade além dos absorventes convencionais? Tem em casa, nos locais de estudo e trabalho locais adequados para higiene e troca de absorventes? Tem sensação de privacidade e segurança nestes locais? 10. Segues algum perfil que trate de menstruação no Instagram? Qual/is? 	

Fonte: elaboração do autor.

Conforme as orientações da Resolução 510/2016, sobre os princípios éticos das pesquisas em ciências humanas, ao aceitarem participar da pesquisa as entrevistadas leem, concordam e assinam termo de consentimento livre e esclarecido (Apêndice). Neste termo são explicados os procedimentos, seus riscos e benefícios e é garantido o anonimato das participantes e uso dos dados apenas para o fim desta pesquisa. A entrevista é realizada em ambiente que assegure o anonimato e a tranquilidade da entrevistada para responder às perguntas.

A entrevista 2 (Quadro 7) é realizada algumas semanas após e tem como foco o consumo midiático, com ênfase no Instagram. Por fim, são selecionadas três postagens dos perfis indicados pelas entrevistadas na primeira entrevista (Quadro 17 e são apresentadas para as três entrevistadas para explorar a recepção e produção de sentido sobre a comunicação dessas postagens. Para as duas últimas entrevistadas, como já haviam sido definidas quais as postagens seriam apresentadas para verificar as práticas de recepção diante da exposição de peças de comunicação selecionadas, é realizada apenas uma entrevista em que são cumpridas as duas etapas.

Quadro 7. Instrumento de coleta de dados observacionais – Entrevista 2.

ENTREVISTA 2 - CONSUMO MIDIÁTICO E PRÁTICAS DE RECEPÇÃO
<p>(Como é o consumo midiático e com ênfase nas redes sociais digitais (Instagram: perfis seguidos, na área da Saúde, sobre mulher, sobre menstruação).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Você</u> possui o hábito de acessar redes sociais? QUAIS? / Com que frequência (média de horas diárias, semanais)? 2. <u>Você</u> possui o hábito de acessar o Instagram? Com que frequência ((média de horas diárias, semanais)? 3. Segue algum perfil que trate de menstruação o Instagram? Qual/is? 4. Nesse(s) perfil (is) lembra de alguma postagem sobre menstruação que tenha chamado sua atenção? Como eram? Comente sobre cada postagem, quem aparecia, em qual situação, o que era apresentado? 5. Em outros perfis, sobre quaisquer temas, você lembra de alguma postagem sobre menstruação que tenha chamado sua atenção? Como era? Comente sobre cada postagem, quem aparecia, em qual situação, o que era apresentado? 6. A seguir, foram apresentadas três postagens, que haviam sido previamente selecionadas dos perfis sugeridos pelas entrevistadas e perguntado se gosta dessa postagem? Ou não? Por que? Tu achas que ela trata a questão da menstruação de uma forma legal? Por quê? As informações coletadas neste item aparecem transcritas nas entrevistas.

As entrevistas conduzidas foram detalhadamente transcritas e organizadas de forma clara, com as perguntas realizadas seguidas das respectivas respostas de cada entrevistada. Posteriormente, as entrevistas foram submetidas a uma análise

detalhada, durante a qual foram identificados e investigados termos e palavras que se repetiam ao longo do conjunto de dados. Além disso, foram explorados conceitos que compartilhavam significados semelhantes ou divergentes, contribuindo para a identificação de padrões e temas emergentes nas narrativas das entrevistadas. Essa abordagem analítica visa oferecer uma compreensão aprofundada e significativa das experiências e percepções expressas pelas participantes nas entrevistas.

Através das 2 entrevistas são identificados os produtos midiáticos analisados através da pesquisa documental a saber, comunicação midiática sobre menstruação que circula nas redes sociais digitais, especificamente Instagram, tendo como critério a seleção de perfis e *hashtags* que foram mapeadas através das práticas de consumo midiático das mulheres pesquisadas, relatadas nas entrevistas. Tais fontes e procedimentos são apresentados o item 2.4.2 da Metodologia que aborda os dados documentais.

Foi realizado um grupo de discussão, o qual é uma técnica interessante para mapear argumentos e tomadas de posição das mulheres e explorar as percepções, opiniões e atitudes das participantes em relação à menstruação e comunicação (MEINERZ, 2011; GODOI, 2015). Durante as sessões, incentiva-se as participantes a expressar suas opiniões e compartilhar experiências. Um roteiro de tópicos é preparado para guiar a discussão, permitindo que as participantes expressassem suas ideias livremente. As interações revelam nuances, discordâncias e consensos sobre o tema da menstruação e comunicação. Essa abordagem qualitativa busca compreender a complexidade e a diversidade de perspectivas em um ambiente interativo. Os dados coletados, sob a forma de transcrições das discussões, são posteriormente analisados para identificar padrões, temas emergentes e insights relevantes para a pesquisa (GODOI, 2015).

As participantes do grupo de discussão são convidadas por e-mail através da Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis. Uma estudante manifestou interesse em participar por e-mail e através dela as outras participantes foram convidadas. A realização do grupo de discussão desta pesquisa envolve a reunião de cinco mulheres, com os mesmos perfis das participantes da etapa das entrevistas³,

³ Uma das participantes tem 38 anos, pois, ao ouvir as colegas falando sobre o assunto, se interessou pelo assunto e manifestou interesse em participar

moderado por uma facilitadora. Este grupo de discussão é conduzido por uma mulher. A presença da mediadora feminina não apenas confere uma dinâmica mais suave, mas também desempenha um papel essencial ao facilitar a abordagem de um tema tão sensível como a menstruação. O roteiro de perguntas para o grupo de discussão é apresentado no quadro 8.

Quadro 8. Instrumento de coleta de dados observacionais – Grupo de discussão.

GRUPO DE DISCUSSÃO
1. Como vocês se sentem sobre menstruação. Se tivessem que definir?
2. Muitas mulheres vivem e fazem a opção de não menstruar. Já consideraram?
3. Tem um lugar que vem antes desse, que é o lugar da escola. Algumas de vocês mencionaram, a menstruação foi tratada na escola e como? Ou a menstruação, ou associada com a educação sexual? Ou a prevenção de gravidez precoce? Isso foi tratado na escola? Como?
4. Alguém de vocês utiliza algum tipo de recurso ou aplicativo para ver o ciclo?
5. Vocês tiveram experiências de associação direta de menstruação, sexualidade e contraceptivo?
6. Vocês acham que essa hormonização do corpo da mulher, ela está a serviço de que? Favorece algo?
7. Vocês consideram se a menstruação é um tabu na sociedade contemporânea? Se ela é um tabu ou não e como que vocês observam isso na comunicação. Tanto interpessoal, como na comunicação que se vê nos produtos midiáticos de cinema, de série, de jornalismo, de publicidade.
8. Nas comunicações interpessoais, assim, com amigas, como é este tema para vocês, é uma conversa no cotidiano? Como é que vem à tona esse assunto? Ou é um não dito sobre menstruação?
9. E com o que se associa quando vocês falam sobre menstruação no dia a dia, na vida de vocês é para falar sobre o quê? O que é tematizado?
10. E então, como vocês se sentem ao trocar essa informação e compartilhar essa experiência de serem mulheres que menstruam? Como é esse ato de compartilhar? Qual significado isso tem em suas vidas, poderem falar sobre esse assunto enquanto estão passando por isso?
11. E nessa comunicação interpessoal sobre menstruação, como vocês sentem que é essa conversa nas redes [sociais digitais]? Acham que a abordagem é tão natural quanto entre vocês, ou ela assume uma forma distinta? E, se sim, qual seria essa forma?
12 Vocês já tiveram algum tipo de conversa ou se sentiram desconfortáveis de falar sobre menstruação com pessoas que não fazem parte desse reduto?
13. Vocês acham que a universidade é um contexto que favorece à desconstrução do tabu?
14. E fora dessas interlocuções interpessoais, vocês lembram de uma comunicação midiática, que não é interpessoal que pautasse questão da menstruação de uma forma positiva? Ou negativa.

Quadro 8. Instrumento de coleta de dados observacionais – Grupo de discussão (continuação).

GRUPO DE DISCUSSÃO
15. Se vocês fossem pensar a publicidade de absorvente, que é quando a menstruação é pautada de uma maneira de que sempre existiu ou a do coletor. O que muda na abordagem desses dois tipos de produtos de publicidade? Ou não muda nada, é a mesma coisa?
16. O que vocês acham que precisa ser mais comunicado de outra forma sobre menstruação? O que está faltando?
17. E fora dessas questões que são mais de uma formação mais ampla da sociedade, da produção de políticas?

Fonte: Autor.

Conforme as orientações da Resolução 510/2016, sobre os princípios éticos das pesquisas em ciências humanas, ao aceitarem participar do grupo de discussão as participantes leem, concordam e assinam termo de consentimento livre e esclarecido (Apêndice). Neste termo são explicados os procedimentos, seus riscos e benefícios e é garantido o anonimato das participantes e uso dos dados apenas para o fim desta pesquisa. O grupo de discussão é realizado em ambiente que assegure o anonimato e a tranquilidade da entrevistada para responder às perguntas.

2.4.2 Dados documentais

Entre a entrevista 1 e a entrevista 2, foi utilizada a técnica de análise documental (MOREIRA, 2005). Esta análise é um processo sistemático e cuidadoso de examinar e interpretar documentos como fontes de dados em pesquisas qualitativas, especialmente naquelas que buscam compreender fenômenos sociais, culturais e históricos. Esses documentos podem incluir uma ampla gama de materiais, como textos escritos, imagens, registros históricos, relatórios institucionais, entre outros. Através da análise detalhada desses documentos, é possível identificar padrões, tendências, contradições e insights relevantes para a pesquisa.

Os perfis indicados pelas entrevistadas são seguidos e as postagens no período 01/01 a 31/03/2023 são analisadas. Foi utilizado o instrumento de coleta de dados apresentado no quadro 9, o qual inclui o número de postagens, se aborda sintomas e/ou terapias, a tematização, o que e como falam sobre menstruação. Aquelas postagens que têm alguma referência direta ou indireta com a saúde menstrual são selecionadas e armazenadas neste quadro.

Quadro 9. Instrumento de coleta de dados documentais – Postagens.

	Número de postagens		Aborda sintomas	Aborda terapias	Tematização Objetivo/nome do arquivo	O que falam sobre menstruação	Como falam sobre menstruação	Outras informações
	Feed	Stories						
Perfil 1								
Perfil 2								

Fonte: Autor.

Através da descrição desses dados documentais, foram analisados os perfis indicados pelas entrevistadas, resultando na obtenção de 79 postagens entre o período de 01/01 a 31/03/2023. O foco dessa análise recai sobre a abordagem da menstruação, explorando como e quando esse tema é tematizado nos conteúdos disponíveis: número de postagens, conteúdo abordando sintomas, conteúdo abordando terapias, tematização sobre menstruação, o que é falado sobre menstruação, como é falado, outras informações. Ao se analisar os produtos midiáticos coletados, destaca-se a apresentação de dados específicos relacionados à menstruação presentes nesses perfis. Tais informações proporcionam percepções importantes sobre a maneira como a menstruação é abordada e integrada a essas publicações. Cabe ressaltar que as contas examinadas demonstram tanto publicações diretas sobre menstruação quanto temas mais amplos relacionados com as mulheres participantes da coleta de dados desta dissertação. Isto permite mapear o fluxo publicitário ofertado, o consumo midiático e a tematização do tema.

Neste capítulo, foi apresentada a estratégia metodológica utilizada para a coleta de dados empíricos e documentais e, a seguir, é apresentada a discussão teórica.

3 REVISÃO DA LITERATURA E DISCUSSÃO TEÓRICA

A menstruação é um fenômeno natural do corpo feminino que, apesar de ser fundamental para a saúde reprodutiva da mulher, ainda é cercado por tabus e preconceitos em diversas sociedades. Além disso, a comunicação sobre a saúde da mulher e a menstruação muitas vezes é inadequada e inacessível, o que pode levar a uma falta de informação e cuidados adequados. A mídia também desempenha um papel importante na forma como a menstruação é retratada e comunicada às mulheres, e muitas vezes reforça estereótipos e mitos prejudiciais. É importante que haja uma maior conscientização sobre a menstruação, tanto na esfera da saúde quanto na sociedade em geral, e que a comunicação sobre esse tema seja mais precisa, inclusiva e empática com as necessidades das mulheres.

No subitem 3.1 (A menstruação no contexto da saúde da mulher e na sociedade), é apresentado como menstruação é definida, sua frequência, duração, volume e é discutido um modelo integrado de experiência menstrual. São apresentados alguns significados e sentidos da menstruação e como ela aparece na sociedade e como é influenciada por discursos hegemônicos.

No subitem 3.2 (A comunicação da/sobre a saúde da mulher e a menstruação), são apresentados documentos do governo brasileiro (federal e estadual), do Serviço Nacional de Saúde Inglês (NHS), da Organização das Nações Unidas (ONU), do Fundo de Emergência Internacional da Nações Unidas (UNICEF) e do Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA).

No item 3.3 (O consumo midiático e recepção pelas mulheres da comunicação sobre menstruação), é mostrado como ocorre o consumo midiático e recepção da menstruação pelas mulheres. A menstruação é um fenômeno complexo que abrange diversas dimensões para além do biológico e psicossocial, incluindo fatores sociais e culturais. Para uma análise completa, é necessário considerar não apenas os aspectos psicossociais e as funções biológicas, mas também as perspectivas antropológicas e culturais. Essa abordagem transdisciplinar é fundamental para compreender as complexas interações entre o corpo, a mente e o ambiente social e cultural no qual as mulheres vivem e experimentam a menstruação.

3.1 A menstruação no contexto da saúde da mulher e na sociedade

Para definir o que é a menstruação no contexto da saúde da mulher, recorre-se à Organização Mundial da Saúde define “saúde” como “um estado de completo bem-estar físico, mental e social e não apenas a ausência de doença ou enfermidade” (W.H.O., 2009). A saúde menstrual é parte integrante da saúde geral das mulheres pois, entre a menarca e a menopausa, a maioria menstrua.

Saúde e direitos sexuais e reprodutivos são fundamentais para o desenvolvimento sustentável, pois estão intrinsecamente ligados à igualdade de gênero e ao bem-estar das mulheres, influenciando a saúde materna, neonatal, infantil e adolescente, bem como o futuro desenvolvimento econômico e a sustentabilidade ambiental. Todas têm o direito de tomar decisões autônomas sobre seus corpos, livres de estigma, discriminação e coerção, abrangendo questões de sexualidade, reprodução e acesso a serviços de saúde sexual e reprodutiva. É crucial que informações e serviços de referentes aos direitos sexuais e reprodutivos sejam acessíveis a todas (e todos), independentemente de idade, estado civil, condição socioeconômica, raça ou etnia, orientação sexual ou identidade de gênero. Embora os investimentos para a divulgação da saúde e dos direitos sexuais e reprodutivos sejam relativamente modestos e viáveis para a maioria dos países de baixa e média renda, nações menos desenvolvidas podem enfrentar lacunas de financiamento e depender de assistência externa. Além da cobertura universal de saúde, os países devem implementar medidas em diversos setores para modificar normas sociais, leis e políticas, visando a proteção dos direitos humanos, especialmente no que diz respeito à igualdade de gênero e ao empoderamento das mulheres em relação ao controle de seus corpos e vidas (STARRS *et al.*, 2018; ONWUACHI-SAUNDERS; DANG; MURRAY, 2019; LOPES, 2023).

Em alguns grupos (etnia !Kung), as mulheres menstruam cerca de 40 vezes ao longo da vida, considerando as gestações e as amenorreias (ausência da menstruação) associadas à lactação (JARRELL, 2018; CRITCHLEY *et al.*, 2020). No Ocidente, nas primeiras décadas do século XXI, é esperado que as mulheres possam ter mais de 400 episódios de menstruação. Isto tem um efeito financeiro importante e torna mais complexo o gerenciamento da perda de sangue e a capacidade de trabalhar fora de casa. A menstruação normal é um sangramento cíclico que ocorre do corpo uterino entre a primeiro ciclo (menarca) e a última menstruação

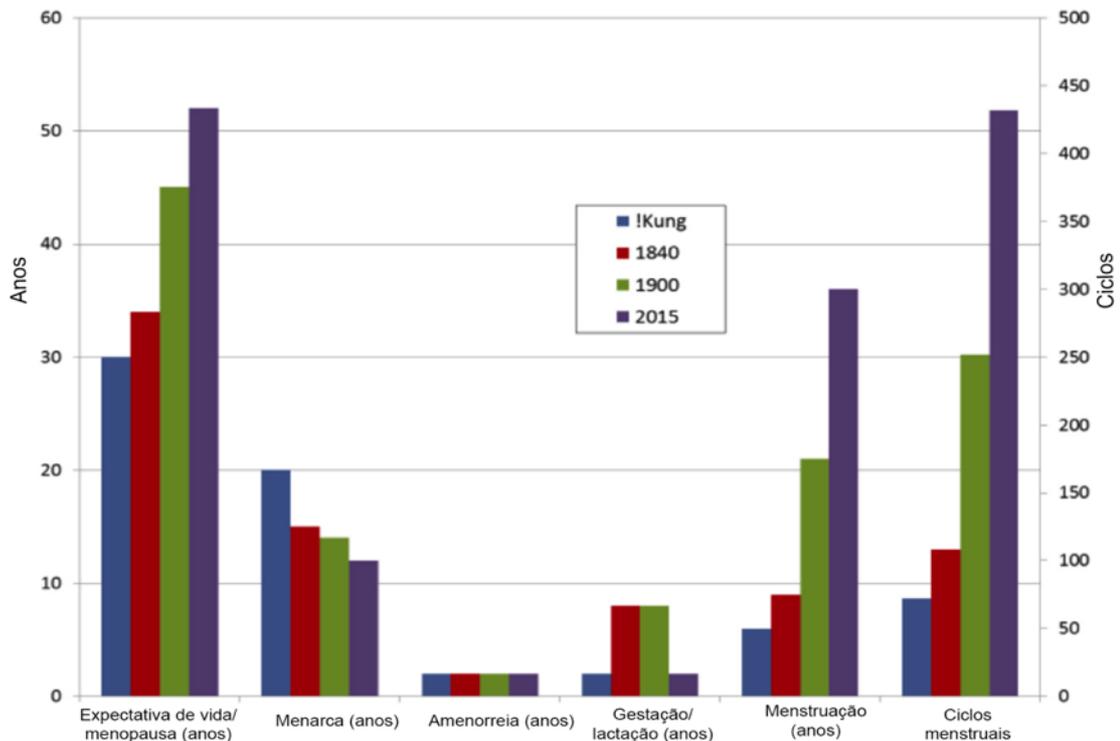
(menopausa). Pode ser descrita por 4 características simples: a frequência com que a mulher tem episódios de sangramento, a regularidade ou previsibilidade desses episódios, a duração dos episódios de sangramento e o volume ou intensidade do sangramento. Até 30 % das mulheres podem ter alterações em uma ou mais destas características, configurando um sangramento uterino anormal. Para a saúde e bem-estar de mulheres e homens é necessário entender os ciclos menstruais e a saúde menstrual, o que pode ser alcançado por meio de iniciativas de alfabetização/letramento em saúde menstrual e melhor comunicação em saúde (CRITCHLEY *et al.*, 2020).

Para abordar, na sociedade, quais são os significados/sentidos da menstruação, como ela aparece na sociedade, como ela é construída pelos discursos hegemônicos, destaca-se que, até recentemente, a expectativa de vida tanto de homens como de mulheres era baixa. No Brasil, no início do Século XX, a expectativa de vida era de 30 anos e na década de 1960 ainda era de apenas 60 anos (GAPMINDER, 2022). Além disso, até o início da década de 1970, as mulheres tinham em média 5 a 6 filhos. Também é importante ressaltar que a menarca (primeira menstruação) ocorria mais tarde, entre 15 e 17 anos de idade: hoje, por vários motivos, as meninas têm seus primeiros períodos mais cedo com 11-12 anos. Houve, assim, uma diminuição importante, quase linear, na idade da menarca desde 1860, quando foi relatado que ela ocorria aos 17 anos (SHORT, 1976). As mudanças na idade da menarca têm sido atribuídas à melhoria da nutrição, permitindo maior disponibilidade de gordura. Com base na linearidade dos dados, é possível que a menarca tenha ocorrido até >17 anos devido a limitações nutricionais em gerações anteriores. O início da menstruação pode minar os direitos humanos das meninas. Em muitos lugares ao redor do mundo, acredita-se que a menarca seja uma indicação de que as meninas estão prontas para o casamento ou a atividade sexual. Isso deixa as meninas vulneráveis a uma série de abusos, incluindo casamento infantil e violência sexual (U.N.F.P.A., 2022).

De forma semelhante, houve um aumento significativo na expectativa de vida, de 40 anos em 1860 para 80-90 anos atualmente em países mais desenvolvidos (Figura 3). Aqui, também, a linearidade dos dados permite a projeção de que as idades médias de mortalidade podem ter sido muito mais baixas em gerações anteriores. Por exemplo, é estimado que os caçadores-coletores da etnia !Kung (que se deslocam próximos da fronteira ocidental do deserto de Kalahari, África) tenham uma

expectativa de vida entre 24-35 anos (JARRELL; ARENDT-NIELSEN, 2016). A idade média da menopausa (data em que a mulher tem sua última menstruação) historicamente é incerta, possivelmente devido a taxas mais precoces de mortalidade, mas foi observado que atualmente é, aproximadamente, em média, 52 anos.

Figura 3. Estimativa da frequência de menstruações durante a vida da mulher ao longo dos anos.



Fonte: Adaptado de Jarrell e Arendt-Nielsen, 2016.

Considerando que, no início do Século XX, as mulheres amamentavam cerca de 2 anos cada criança, isso implicava em um período sem menstruação de aproximadamente 30 meses (2,5 anos). Com isso, as mulheres tinham, no total, um número bem menor de sangramentos menstruais dos que as mulheres de hoje. Se considerarmos aproximadamente 30 meses por criança, uma mulher que tenha tido 6 gestações teria tido apenas cerca de 270 ciclos. Atualmente, em um cálculo rápido, sem as gestações, uma mulher que inicie a menstruar aos 15 anos e tenha seu último sangramento aos 50 anos, terá menstruado cerca de 420-450 vezes. Ou seja, uma grande diferença. A menstruação ao longo da vida das mulheres é dependente de muitos fatores, incluindo idade da primeira menstruação (menarca), mortalidade, idade da menopausa (última menstruação), frequência de gravidez e lactação e

presença de amenorreia (ausência do sangramento menstrual quando este deveria ter ocorrido) (JARRELL; ARENDT-NIELSEN, 2016; JARRELL, 2018).

Segundo pesquisa realizada pela UNICEF (U.N.F.P.A., 2021), a idade média em que as mulheres brasileiras têm sua primeira menstruação foi de 13 anos, com quase 90% delas experimentando esse evento entre os 11 e 15 anos de idade.

Nesse momento, é responsabilidade dos cuidadores fornecer informações adequadas sobre esse sangramento, seja em casa ou na escola. No entanto, o desafio é que nem sempre essa educação acontece de forma adequada, seja devido à falta de acesso à informação por parte das famílias ou à falta de conscientização e infraestrutura nas escolas, já que o tema da menstruação ainda é considerado tabu na sociedade.

Muitas pessoas sentem vergonha em relação à menstruação, e o fato de ser um assunto pouco discutido só reforça essa visão negativa. A falta de diálogo e abertura para conversar sobre o assunto contribui para manter esse status de tabu, prejudicando a compreensão e a normalização da menstruação como um processo natural e saudável do corpo feminino (LEMOS, 2023). Este debate pode ser enriquecido ao incluir a discussão sobre a menstruação como um fenômeno fisiológico que, ainda assim, é estigmatizado como um tabu devido às normas socioculturais. A exposição a esses padrões pode influenciar a forma como as mulheres vivenciam e interpretam esse aspecto de suas vidas (RAMOS *et al.*, 2023).

As mudanças sociais iniciadas com a luta das feministas no início do século XX resultaram em um empoderamento feminino, reativo e reflexivo, sobre a representação dos papéis sociais na publicidade. Isso levou a um repúdio a essa submissão das mulheres menstruadas pela ótica machista e heteronormativa. Estes estereótipos têm sido combatidos com práticas colaborativas que combatem intensamente mitos e tabus que são construídos pela sociedade e pela mídia sobre menstruação, exigindo mudanças que permitam repensar os discursos sobre o que é menstruar. Com isso, busca resgatar as experiências corporais que são desvalorizadas pelo sistema patriarcal, o qual associa a menstruação à sujeira e ao medo: falas hegemônicas altamente distorcidas e desfiguradas (ALCÂNTARA; TORRES, 2020).

Os aspectos culturais relacionados à menstruação assumem uma posição central nesta discussão, merecendo destaque e análise detalhada. Historicamente, a menstruação tem sido apresentada de modo negativo. O fenômeno humano da menstruação tem sido envolto em mistérios e crendices ao longo da história (MAYBIN; CRITCHLEY, 2015). Muitas dúvidas permanecem por serem esclarecidas e crenças sobre o que a mulher menstruada pode ou não fazer ainda são disseminadas, tais como: não poder lavar o cabelo, não pode tocar em vinho, pois este viraria vinagre; não poder preparar merengue, pois este desandaria; não poder tocar música ou ler livros sérios (!?), pois isto prejudicaria seus períodos.

Desta forma, a menstruação é percebida como incapacitante e restritiva para as atividades intelectuais. Estas conotações negativas da menstruação estão relacionadas com posições inferiores das mulheres na sociedade. Diferenças globais têm impactos dramáticos na saúde reprodutiva e, conseqüentemente, na sua morbidade e mortalidade (MAYBIN; CRITCHLEY, 2015). Estas conotações negativas históricas da menstruação ainda têm um impacto significativo na sociedade atual, incluindo as percepções e expectativas das mulheres e seus profissionais de saúde.

Existem várias instituições que desempenham um papel importante no desenvolvimento e na consolidação das identidades de gênero. Essas instituições tendem a reforçar e perpetuar a divisão sexual, definindo limites e restrições sobre os papéis sociais a serem desempenhados por indivíduos de diferentes gêneros. Essas identidades de gênero são profundamente enraizadas na sociedade e muitas vezes são vistas como normas ou expectativas socialmente aceitáveis. Por exemplo, quando as mulheres são associadas a papéis domésticos e de cuidado, enquanto os homens são vistos como provedores e líderes. Essas expectativas de gênero muitas vezes levam a desigualdades em várias esferas da vida, como no mercado de trabalho e na educação. No entanto, é importante lembrar que as identidades de gênero são socialmente construídas e podem ser desafiadas e redefinidas ao longo do tempo. É fundamental promover uma maior compreensão e aceitação da diversidade de gênero e trabalhar em direção a uma sociedade mais justa e igualitária para todos os indivíduos, independentemente de seu gênero (TOMAZETTI; CORUJA, 2017b).

Em relação ao corpo feminino, existe um sistema complexo de valores e crenças, e os meios de comunicação têm um enfoque ambivalente na sua representação. Frequentemente, a “imagem de beleza e higiene a mulher é

apresentada como aspectos que apontam para a medicalização e para a patologização de fenômenos que não necessitam de orientação médica” (MIRANDA; SILVA, 2020). Os corpos femininos e masculinos são, frequentemente, apresentados e regulados para que sejam compreendidos pelo coletivo de maneiras diferentes (MULLER; SCHMIDT, 2022). Mesmo nos dias atuais, ainda há vestígios do controle do corpo feminino reminiscentes do século XIX. Isso perpetua a divisão sexual das funções, papéis, tarefas e espaços, associando lugares e posturas pré-determinadas ao masculino e feminino (MAIA; SACRAMENTO; BÔAS, 2017).

Conforme as mulheres recebem mais educação, começam a trabalhar fora de casa, ganham o direito de votar e têm mais acesso a cuidados de saúde de emergência e controle de natalidade, o “tabu” da menstruação enfraquece. Assim, a atitude de uma sociedade em relação à menstruação pode servir como um barômetro para a civilização e a igualdade. Quando nos EUA, na década de 1960, foi sugerido que as mulheres não tinham a capacidade de ocupar cargos de responsabilidade e poder devido ao seu ciclo menstrual, a endocrinologista americana Estelle Ramey argumentou:

“No homem, o derramamento de sangue está sempre associado a lesões, doença ou morte. Apenas a metade feminina da humanidade é vista como tendo a habilidade mágica de sangrar profusamente e ainda se erguer como uma fênix a cada mês após o sangramento” (MAYBIN; CRITCHLEY, 2015).

Aspectos econômicos também devem ser considerados na análise do impacto da menstruação. Há um conjunto de percepções morais sobre a divisão sexual do trabalho, que pressupõe que as mulheres são responsáveis pelo espaço doméstico e pela reprodução, enquanto aos homens são atribuídas as atividades econômicas e políticas. Desta forma, as mulheres são vistas como “naturalmente inadequadas à esfera pública, dependentes dos homens e subordinadas à família” (OKIN, 2008; CAL *et al.*, 2018). À medida que as mulheres assumem cargos de responsabilidade em casa e no trabalho, alterações menstruais podem causar problemas socioeconômicos significativos. No Reino Unido, o sangramento menstrual anormal pode afetar 20-30% das mulheres na pré-menopausa (R.C.O.G., 2014), levando a mais de 800 mil mulheres a procurar atendimento. Nos Estados Unidos, sangramento uterino anormal pode causar perdas financeiras de US\$ 2.000 por paciente a cada ano devido a faltas ao trabalho e custos de gerenciamento domiciliar (MAYBIN; CRITCHLEY, 2015).

Embora o tempo tenha provado que a menstruação fisiológica não é uma barreira para o sucesso feminino; responsabilidades familiares e profissionais podem tornar-se impossíveis se a mulher estiver com sangramento muito doloroso ou profuso (MAYBIN; CRITCHLEY, 2015).

Contemporaneamente, o assunto tem sido discutido no nível político, com propostas de novas legislações sobre direitos menstruais em diferentes países (ALVES, 2022). Em outubro de 2021, foi sancionada, no Brasil, a lei que criou o Programa de Proteção e Promoção da Saúde Menstrual. Contudo, foi vetado o artigo 1º, que previa a distribuição gratuita de absorventes higiênicos. Apenas em 8 de março de 2022, foi assinado o decreto 10.989, que incluiu a proteção da saúde menstrual e inclusão da distribuição gratuita de absorventes e outros itens de higiene, para estudantes de baixa renda matriculadas na rede pública dos ensinos fundamental e médio, mulheres em situação de rua ou vulnerabilidade social extrema e presidiárias (BRASIL, 2022). Em janeiro de 2024, o Ministério da Educação iniciou a promoção de campanha informativa nas escolas da rede pública de ensino sobre a saúde menstrual e as suas consequências para a saúde da mulher com o Programa Dignidade Menstrual: um ciclo de respeito (BRASIL, 2024).

Apesar disso, no Brasil, em documentos, protocolos do Ministério da Saúde e das Secretarias Estaduais, é escassa a orientação sobre o ciclo menstrual normal (BRASIL, 2010b). O foco é sempre nos aspectos patológicos do ciclo menstrual: amenorreia, abortamento, sangramento uterino anormal, menopausa (BRASIL, 2010b; 2016b; GONÇALVES; AGOSTINHO; KATZ, 2017). Assim, pouca ou nenhuma orientação sobre os aspectos fisiológicos da menstruação é disponibilizada, formalmente, pelos órgãos de saúde.

O Serviço de Saúde Nacional (*National Health Service – NHS*) do Reino Unido disponibiliza informações *on line* sobre o período menstrual. Contudo, estas informações parecem técnicas demais e até assustadoras para um público menos esclarecido (N.H.S., 2020).

O Fundo de População das Nações Unidas (*United Nations Population Fund*) disponibiliza uma página de internet com as perguntas mais frequentes sobre menstruação, com destaque para os direitos humanos. A menstruação é apresentada como estando intrinsecamente relacionada com a dignidade humana: quando as pessoas não têm acesso a instalações de banho seguras e meios seguros e eficazes

de fazer a sua higiene menstrual, não conseguem administrar seu fluxo menstrual com dignidade. Em regiões menos desenvolvidas, as provocações, a exclusão e a vergonha relacionadas à menstruação também minam o princípio da dignidade humana. A desigualdade de gênero, a pobreza extrema, as crises humanitárias e certas tradições podem transformar a menstruação em um momento de privação e estigma, o que compromete o pleno gozo dos direitos humanos fundamentais. Isso é aplicável tanto a mulheres e meninas quanto a homens transgêneros e pessoas não-binárias que menstruam (U.N.F.P.A., 2022). Além disso, falta de políticas públicas combativas à desigualdade de gênero, principalmente em relação à pobreza menstrual, contribui para a estigmatização da menstruação (ASSAD, 2021).

O Fundo de Emergência Internacional das Nações Unidas para a Infância, UNICEF, é uma entidade da ONU com o propósito de defender os direitos das crianças. Em um relatório recente intitulado "Progressos sobre água, saneamento e higiene: 2000-2017: Foco especial nas desigualdades", foi destacado que mais da metade da população mundial não possui acesso a serviços de saneamento adequado, cerca de um terço não tem acesso a água potável e 3 bilhões de pessoas não contam com instalações básicas para a higiene das mãos (O.M.S., 2017). Em razão de suas necessidades biológicas particulares, as mulheres são mais susceptíveis aos impactos decorrentes da escassez de saneamento básico e da falta de acesso a água tratada. A menstruação é abordada em material específico sobre Saúde e Higiene Menstrual e é considerada um tema multissetorial, sendo acompanhada de forma integrada pelos setores de água, sanitário e higiene (*water, sanitation and hygiene – WASH*), educação e saúde (U.N.I.C.E.F., 2020). Na última década, atenção tem sido dada à Saúde e Higiene Menstrual. Contudo, o monitoramento tem sido limitado e há falta de medidas validadas e padronizadas para guiar o monitoramento.

A menstruação é um aspecto fundamental da saúde das mulheres que transcende o âmbito biológico e psicossocial e envolve influências culturais e econômicas. A forma como a menstruação é abordada na sociedade e na mídia pode afetar a maneira como as mulheres se percebem e lidam com esse aspecto de sua saúde. Portanto, é importante promover uma comunicação saudável e precisa sobre a menstruação, que respeite as diferentes perspectivas e necessidades das mulheres em todas as fases de suas vidas. Além disso, é fundamental que as políticas de saúde

considerem a menstruação como um aspecto relevante da saúde feminina, garantindo que as mulheres tenham acesso a informações, serviços e produtos adequados para lidar com sua menstruação de maneira saudável e segura⁴.

3.2 A comunicação da/sobre a saúde da mulher e a menstruação

Na sociedade contemporânea, a comunicação sobre a menstruação é incipiente, encontrando-se em diferentes canais, como mídias sociais, publicidade, programas de televisão, filmes e livros. Infelizmente, muitas vezes, essa comunicação é estigmatizante e descontextualizada, reforçando preconceitos e tabus em vez de promover informações precisas e uma compreensão mais ampla do fenômeno da menstruação. É fundamental que a comunicação sobre a menstruação seja feita de maneira responsável e inclusiva, refletindo as crenças e valores da sociedade de forma saudável e respeitosa. De forma residual, também existem algumas poucas iniciativas que visam a uma comunicação mais positiva e inclusiva sobre a menstruação, e que busca combater estigmas e preconceitos e oferecendo informações úteis e acessíveis às mulheres.

A representação social de saúde-doença pode ser vista como “ação patogênica de elementos de ruptura da relação do indivíduo com a natureza e com o seu grupo social” (MINAYO, 1988). As representações sociais têm significado e influência sobre mulheres na busca, por exemplo, por corpos magros, por certo padrão estético. Os veículos midiáticos como televisão, jornais, revistas e redes sociais digitais deixam, frequentemente, de aproveitar a oportunidade de mostrar a diversidade de corpos (PINTO *et al.*, 2020). O conceito de saúde não se reduz, portanto, a conceitos formais acadêmicos e contempla, assim, noções profundamente arraigadas nas vivências e valores da realidade cultural (CAVAGNOLO *et al.*, 2003).

Uma variedade de fatores afeta a forma como as pessoas são tratadas durante a menstruação. Um desses fatores é a percepção de que a menstruação é suja ou vergonhosa. Essa visão contribui para as restrições que mulheres e meninas

⁴Este debate ainda pode ser qualificado e ampliado para incluir nas discussões, por exemplo, outras pessoas que menstruam além das mulheres (HOLST *et al.*, 2022). Por se tratar de questão específica que não contemplam o perfil das participantes desta pesquisa (o qual é mais geral) este tema não é contemplado.

enfrentam durante o sangramento vaginal, que existem em muitos países. Algumas restrições são culturais, como a proibição de manusear alimentos ou entrar em espaços religiosos, ou a exigência de que mulheres e meninas se isolem. Algumas restrições são autoimpostas; mulheres ou meninas podem temer participar de atividades como escola, atletismo ou reuniões sociais. Juntas, essas práticas podem reforçar a ideia de que mulheres e meninas têm menos direito aos espaços públicos e são menos capazes de participar da vida pública (U.N.F.P.A., 2022).

A pobreza e as crises humanitárias podem limitar o acesso de mulheres e meninas a suprimentos menstruais de alta qualidade, culturalmente apropriados e instalações de lavagem privadas seguras. Mulheres e meninas vulneráveis em países de renda média e alta também podem enfrentar problemas de acesso a instalações seguras de banho e suprimentos menstruais – incluindo aqueles em sistemas escolares empobrecidos, prisões e abrigos para sem-teto.

É preciso dar visibilidade a essa temática ainda envolta em tabus, escassez de dados e desinformação. Discutir a saúde e os direitos menstruais publicamente é um dos compromissos do Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA) e do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) (U.N.F.P.A., 2021).

A pobreza menstrual é um fato complexo, multidimensional e transdisciplinar, o qual envolve (U.N.F.P.A., 2021):

- Grau de acesso a produtos para o cuidado da higiene menstrual: como absorventes descartáveis, absorventes de tecido reutilizáveis, coletores menstruais descartáveis ou reutilizáveis, calcinhas menstruais, papel higiênico e sabonete, entre outros;
- Existência de infraestrutura adequada como banheiros seguros e em bom estado de conservação, saneamento básico (água encanada e esgotamento sanitário), coleta de lixo;
- Acesso amplo e adequado a medicamentos e a serviços médicos para minimizar/esclarecer problemas menstruais;
- Divulgação ampla de informações corretas sobre a saúde menstrual e promoção autoconhecimento sobre o corpo e os ciclos menstruais;

- Discussão e esclarecimentos de tabus e preconceitos sobre a menstruação, os quais podem levar a segregação de pessoas que menstruam de diversas áreas da vida social;
- Questões econômicas, tributação sobre os produtos menstruais e a mercantilização de tabus sobre a menstruação para promover a venda de produtos desnecessários e que podem fazer mal à saúde;
- Impactos negativos da pobreza menstrual sobre a vida econômica e desenvolvimento pleno dos potenciais das pessoas que menstruam.

A pertinência da comunicação e saúde como área de pesquisa é evidenciada constantemente em diversos veículos. Recentemente, foram veiculadas reportagens sobre agravo da pobreza menstrual na Ilha de Marajó (Folha de São Paulo, Cotidiano B1, 15/02/2022) (DAMASCENO; XAVIER, 2022) e entre detentas (Folha de São Paulo, Cotidiano B2, 16/03/2022) (DAMASCENO; MENON; XAVIER, 2022). A pobreza menstrual abrange não só a falta de absorventes, mas também a ausência de locais adequados para o autocuidado. No Brasil, cerca de 321 mil meninas frequentam escolas públicas com banheiros sem condições de uso, de acordo com pesquisa do Unicef (Fundo das Nações Unidas para a Infância) e do UNFPA (Fundo de População das Nações Unidas) (U.N.F.P.A., 2021). Para isso, a organização não-governamental (ONG) *Plan International* revitalizou, desde 2021, 34 banheiros, impactando aproximadamente 7.300 estudantes (GALDEANO, 2023). Para algo que acontece com metade da população humana, todo o processo e produtos associados são tratados com vergonha e sigilo exagerados.

Em relação à Saúde da Mulher, há poucos estudos nacionais relacionando o tema aos meios de comunicação (AMARAL, 2004; OLIVEIRA, 2008; OLIVEIRA *et al.*, 2009; YAMAMOTO, 2011; CAPP; HOHLFELDT, 2013; WILLIG; SCHMIDT, 2022). Em outros países (Estados Unidos, Espanha), as revistas femininas focam o tema saúde em dieta, exercícios, nutrição sexualidade, beleza e estética em detrimento de outros temas relevantes (REVUELTA *et al.*, 2003; OLIVEIRA, 2008; OLIVEIRA *et al.*, 2009; FERREIRA, 2016). Os temas nem sempre correspondem aos tópicos das principais revistas médicas nem com a epidemiologia ou as preocupações femininas (OLIVEIRA *et al.*, 2009). Além disso, os meios de comunicação podem servir, como instrumentos entre outros, de regulação, educação e medicalização do corpo da mulher,

disseminação de ideais de feminilidade, de família, de saúde e de higiene (DREHER; MOCELIN; SCHWENGBER, 2019; SANTOS; GERMANO, 2020).

A cobertura midiática, frequentemente embasada em valores moderno-coloniais, muitas vezes oferece uma narrativa simplificada e restrita. Essa narrativa, por sua vez, não consegue abarcar toda a complexidade das experiências cotidianas das mulheres e de seus direitos. Ao mesmo tempo, a criação de um ambiente moldado por regimes de poder e conhecimento masculinistas, respaldados em princípios morais particulares, tem o potencial de submeter os corpos femininos, relegando-os à esfera da privatização e da domesticação. Essa dinâmica intrincada sublinha a urgência de uma abordagem mais crítica e inclusiva na representação das vivências das mulheres e na promoção dos seus direitos (COSTA *et al.*, 2023).

Menstruação, no campo da Comunicação, segue sendo um assunto com muitos tabus e estigmas (ALCÂNTARA; TORRES, 2020). Assim, em contexto ocidental heteronormativo, a experiência menstrual ocorre de forma invisível, oculta, em segredo levando a um apagamento e silenciamento social dos corpos durante o período menstrual. Em 2019, a Sempre Livre em colaboração com a KYRA Pesquisa & Consultoria (ALCÂNTARA; TORRES, 2020; JOHNSON & JOHNSON, 2022) realizou um estudo global, no qual foram entrevistadas 1500 mulheres, de 14 a 24 anos no Brasil, Índia, África do Sul, Filipinas e Argentina. Neste estudo, no Brasil, 52% das mulheres relataram que sabiam pouco ou nada sobre menstruação quando tiveram a sua primeira menstruação. Além disso, 49% das garotas se sentiam desconfortáveis durante o período menstrual, fazendo com que 33% não saíssem de casa e, assim, perdessem aulas.

A Revista Capricho em colaboração com a Abril Inteligência, convidaram mais de 9 mil garotas entre 12 e 25 anos de todo o Brasil para falar sobre menstruação. 60% das meninas de 12 a 14 anos e 41% das mulheres entre 18 a 25 anos declararam se sentirem constrangidas de serem vistas com um absorvente. 55% das garotas de 12 a 17 anos e 48% das mulheres de 18 a 25 anos temiam que ocorresse algum tipo de vazamento (REVISTA CLÁUDIA, 2020). Além disso, este estudo mostrou que são usadas outras expressões para indicar que estão menstruadas, como, por exemplo, que estão “naqueles dias”, “de chico”, “estar de TPM”, “de regra”, “com boi”, “incômodo mensal” e “indisposta”, “fardo”, “receber visita”, “sinal vermelho”. O uso dessas expressões leva a negação do termo menstruação, afastando a naturalidade do corpo

que menstrua e levando a outros significados estigmatizados (MIGUEL *et al.*, 2016; ALCÂNTARA; TORRES, 2020). O uso desta linguagem codificada é marcado por silenciamentos e inibições, formas de comunicação que se fazem compreender através de palavras indiretas, gestos e códigos que sinalizam tabus e estigmas. Na comunicação atual, o que prevalece sobre menstruação é o tabu de higienização: a menstruação deixando de ser explicada como um processo normal do ciclo vital, sendo enfocada a higiene, a proteção do corpo, a limpeza e a aparência (LOURO, 2000).

A abordagem de tópicos de saúde tem capacidade de influenciar as agendas públicas e estimular ações políticas (FORNARI *et al.*, 2021). Os profissionais da Comunicação têm papel importante em definir as prioridades de saúde bem como em disseminar os novos achados científicos para o público. A lista de itens que o público considera importante é fortemente afetada pela exposição que determinado conteúdo recebe na mídia. Assim, a mídia tem uma importante função de controle social, influenciando cidadãos, líderes comunitários e políticos (WALLINGTON *et al.*, 2010) e a análise de fenômenos de consumo devem incluir uma perspectiva livre de reducionismos, na qual práticas políticas e mercadológicas não estejam necessariamente em lados opostos (ROCHA; BERALDO, 2019). É importante estar atento para o uso da Comunicação, dentro de uma epistemologia colonial e capitalista, para privilegiar as práticas sexuais reprodutivas, as quais são utilizadas como estratégias de gestão da população, de reprodução da força de trabalho, e, muito importante, de reprodução da população consumidora (PRECIADO, 2020).

Em anúncios publicitários, o corpo e a saúde são apresentados como mercadoria/produto, os quais devem ser incorporados ao dia a dia das mulheres, criando um “estilo de bem viver”, cuja finalidade é o consumo. Embora discorra sobre uma maior soberania do indivíduo, nos discursos publicitários, o que se destaca é uma tentativa de educação dos corpos para o consumo (DREHER; MOCELIN; SCHWENGBER, 2019). A publicidade é uma ferramenta importante de promoção da saúde de prevenção de doenças, com o poder de estimular mudanças de comportamentos dos indivíduos, com resultados positivos para a população em geral (SANTANA; FERREIRA, 2021). As campanhas publicitárias são um canal de acesso importante para a educação em saúde e têm um papel de destaque na desconstrução e reflexão de estereótipos de gênero.

A difusão de informações ocorre hoje em uma conjuntura de produção industrial (CAVAGNOLO *et al.*, 2003). Desta forma, para alguns é duvidoso que a população tenha, de fato, acesso pleno aos meios de comunicação. Não basta cuidar da saúde: é necessário que ela faça parte de programas políticos, em todos os níveis e setores, com desenvolvimento de políticas públicas que assegurem a existência de bens e serviços seguros à população.

Há diversos discursos e saberes sociais sobre a menstruação além dos hegemônicos. Estes são comunicados desde a tradição oral até as mídias sociais mais recentes. No início do século XX, os saberes das mulheres incluíam chás, remédios caseiros, práticas e rotinas para cuidarem do corpo. Até então, estes conhecimentos andavam lado a lado com a prática de medicina no Brasil. Progressivamente, a partir, principalmente, das décadas de 1920 (hospitalização dos partos) e de 1960 (surgimento do contraceptivo oral) houve uma ruptura entre saberes e conseqüente separação entre os personagens autorizados e desautorizados para os cuidados reprodutivos: contracepção, gravidez e parto, aleitamento, abortamento. As redes sociais digitais têm sido um dos principais espaços públicos para revelação de segredos, por exemplo, sobre abortamento, o qual está diretamente relacionado com a saúde menstrual. Frequentemente, as discussões são ambíguas e revelam tensões entre o que é moral, práticas religiosas e, até, frequência das notícias (DINIZ, 2012).

A atenção às necessidades menstruais de meninas e mulheres é fundamental para a saúde global e a igualdade de gênero. O contexto sociocultural, o estigma menstrual e as definições de gênero influenciam as experiências e o conhecimento sobre a menstruação. Isto pode levar a uma limitação do apoio social e à imposição de expectativas comportamentais. As limitações de recursos financeiros fundamentam a infraestrutura inadequada e restringem o acesso a materiais menstruais acessíveis. A experiência menstrual inclui: práticas menstruais, percepções de práticas e ambientes, confiança, vergonha, angústia e contenção de sangramento e odor. Esses componentes referem-se a fatores que contribuem para efeitos negativos na vida de mulheres e meninas. Tais efeitos incluem prejuízos à saúde física e mental, bem como à educação e participação social (Figura 4) (HENNEGAN *et al.*, 2019).

Figura 4. Modelo integrado de experiência menstrual.



Fonte: Adaptado de Hennegan *et al.* (2019).

Através da comunicação, mulheres podem aprender o que é, entender o seu significado e podem formar opiniões e tomar atitudes sobre a menstruação. Uma adequada comunicação sobre a menstruação está associada à percepção da ocorrência como algo normal e também ao conforto e satisfação das mulheres com sua sexualidade e seus corpos. Mulheres que se sentem mais confortáveis com a menstruação também tendem a se sentir mais à vontade em seu corpo, são mais sexualmente assertivas e costumam se expor a menos riscos sexuais. Entretanto, menarca e menstruação podem ser eventos estressantes para os jovens que menstruam. As jovens, principalmente na menarca, podem precisar, por exemplo, receber informações sobre produtos de higiene, manejo da dor, medicação, planejamento familiar e outras informações relacionadas à saúde. São necessários suportes informativos que detalhem quais sintomas podem ser esperados, quais sintomas sugerem a necessidade de intervenção médica ou o que esperar do rastreamento de seus ciclos menstruais. O fornecimento e recebimento de comunicação, informação e instrumentação podem ajudar as mulheres jovens a vivenciar a menarca e os períodos menstruais de maneira menos estressante e mais natural (RUBINSKY; GUNNING; COOKE-JACKSON, 2020).

Chrisler e Levy (1990) analisaram 78 artigos que indicaram um forte viés com apresentação negativa sobre as alterações do ciclo menstrual. Os artigos, geralmente, tinham tom negativo e apresentavam um conjunto confuso de sintomas e recomendações contraditórias. Neste estudo, a cobertura midiática apoiava o estereótipo da mulher desajustada (CHRISLER; LEVY, 1990).

A partir da década de 1990, com novas configurações de contraceptivos hormonais, foi proposta a suspensão dos sangramentos menstruais por longos períodos. Manica (2011) propõe distinções entre natureza e cultura, procurando revelar algumas das articulações entre corpo, gênero e hormônios que esse debate traz para a discussão (MANICA, 2011).

As mulheres têm sido cada vez mais informadas, equivocadamente, de que a menstruação não é necessária para uma boa saúde. A fonte mais amplamente distribuída de tais mensagens são os anúncios diretos ao consumidor de pílulas anticoncepcionais. A mídia minimiza a função contraceptiva da pílula e concentra-se em sua eficácia na redução da frequência da menstruação. Isto faz parte de uma cultura midiática pós-feminista emergente que tenta solidificar uma nova subjetividade neoliberal para as mulheres na qual impõe um corpo feminino idealizado, dócil, não menstruado, pronto para a participação em tempo integral na economia. Essa situação leva a sentimentos ambíguos nas mulheres em relação à menstruação, resultando em uma predominância de sentimentos negativos, como medo e vergonha. No entanto, ao mesmo tempo, ela, a menstruação, pode ser percebida como fonte de felicidade e tranquilidade. A solidariedade entre as mulheres pode ter um impacto positivo na percepção que as mulheres têm da menstruação, contribuindo para o empoderamento feminino (VARGENS *et al.*, 2019).

É importante perceber que a condição feminina está relacionada mais a um ciclo cultural do que propriamente natural. Nesse contexto, a menstruação constitui uma experiência influenciada por múltiplos fatores de ordem social, cultural, os quais envolvem crenças e valores, e os quais acabam se materializando em práticas, condutas e saberes que são vivenciados no cotidiano (MOREIRA; BATISTA, 2016).

No processo de comunicação sobre menstruação, as crenças e atitudes coletivas em relação ao ciclo menstrual têm sido utilizadas como explicações para o comportamento feminino. A menstruação é um fenômeno multidimensional com influências que vão além do biológico ou psicossocial e que incluem o social e o

cultural. Para sua análise, convergem os aspectos psicossociais, as funções biológicas e as perspectivas antropológica e cultural (HERMOSA; MEJIA, 2015). As normas culturais sobre a saúde em geral e especialmente sobre a menstruação, às quais as mulheres estão expostas, criam um conjunto de ideias, opiniões e expectativas que influenciam como elas vivenciam e qualificam seus próprios sentimentos durante a menstruação. A presença do sangue dá um simbolismo especial a esse processo fisiológico: sangue possui evocações emocionais, símbolos e rituais para diversas culturas, que variam entre a vida e a morte; associando sua abundância à vida, saúde e sua perda ao desaparecimento, doença e morte.

O risco de contaminação com o ciclo menstrual sempre foi utilizado enfaticamente como razão para que as mulheres deixassem de lado as atividades econômicas, políticas ou religiosas (HERMOSA; MEJIA, 2015). A análise dos aspectos psicossociais que convergem para esses papéis é necessária, estudando, além das funções biológicas, os aspectos psicológicos, antropológicos e culturais do ciclo menstrual. Estes são os menos estudados pela dificuldade de movimento no interior das vidas pessoais e seus princípios subjetivos. A subcultura menstrual contém linguagem, ferramentas de saúde, normas sociais, expectativas e crenças sobre como as mulheres devem se sentir, agir, se comportar durante o ciclo menstrual. É importante estudar e compreender esses aspectos sociais e culturais, para desmistificar incapacidade do tipo emocional, físico e cognitivo, cultural e socialmente, atribuída durante algumas fases do ciclo menstrual em realizar tarefas. A exposição das mulheres às normas culturais sobre a saúde em geral e especialmente sobre a menstruação cria um conjunto de ideias, opiniões e expectativas que influenciam como elas vivenciam e qualificam seus próprios sentimentos durante a menstruação (HERMOSA; MEJIA, 2015).

Os estereótipos feminino e masculino são atribuídos em cada sociedade, dependendo dos papéis de gênero se mulher ou homem. A palavra gênero pode ser utilizada para referir-se à organização social da relação entre os sexos (SCOTT, 1995). Os estudos sobre os fenômenos de gênero foram abordados por duas vertentes principais do pensamento feminista da segunda onda. A primeira análise considerava o fenômeno como parte de um problema inerente a um sistema patriarcal, em que a sociedade é fundamentada na subordinação das mulheres aos homens, com todos os sistemas e normas funcionando como instrumentos de dominação

masculina. A segunda análise tem raízes nas teorias de Karl Marx e pertence à corrente marxista, abordando uma reflexão sobre todo o sistema de relações sociais. Essa perspectiva questiona aspectos como a objetificação do corpo feminino e a importância atribuída à sexualidade feminina. É destacado o paradoxo existente na sociedade, onde o corpo das mulheres é objetificado, mas seus desejos sexuais são cerceados e considerados inadequados, enquanto para os homens o desejo é encarado como algo natural e aceitável (SCOTT, 1995).

Historicamente, as mulheres eram relegadas à posição de "segundo sexo", atrasando sua inclusão no contexto social. Poucos estudos se dedicavam a compreender o corpo feminino e os aspectos da vida das mulheres, tratando-as como meras extensões dos homens. O termo "gênero" ainda não possuía o conceito claro que temos hoje, sendo confundido com "sexo". A sociedade era regida por uma divisão binária entre os sexos masculino e feminino, em que as mulheres eram consideradas fracas e inferiores, enquanto os homens eram tidos como fortes devido a fatores biológicos (NICHOLSON, 2000). A distinção básica é que o sexo é determinado pelo corpo biológico enquanto gênero está relacionado com os sentidos que cada sociedade confere a traços físicos específicos (HERMOSA; MEJIA, 2015). Os comportamentos, pensamentos e sentimentos de ambos os sexos são devidos a estruturas sociais e familiares que os designam diferencialmente como mulheres e homens. São estes padrões de configurações mentais e sociais que definem os papéis de gênero. A menstruação não era reconhecida como um processo natural do útero, pois o órgão e suas funções ainda eram desconhecidos. Portanto, a menstruação era simplesmente vista como um sangramento qualquer, usado para justificar a suposta fraqueza fisiológica das mulheres, enquanto os homens, eram considerados fortes e menos emotivos, e não passavam por esse processo.

Em relação ao tema da menstruação, uma questão importante a ser considerada é o consumo midiático e a forma como as mulheres recebem a comunicação sobre o assunto.

3.3 O consumo midiático e recepção pelas mulheres da comunicação sobre menstruação

O consumo midiático e as práticas de recepção são uma perspectiva para entender as representações que circulam na mídia sobre a menstruação a partir da visão do público, especificamente das mulheres. Isto é interessante porque sabemos que a imagem da mulher na mídia é frequentemente marcada pela espetacularização.

Diversas narrativas estimulam abusos e discursos que fortalecem a exposição das mulheres como submissas, dependentes, incapazes, particularmente durante o período menstrual que causaria uma ruptura com seu estado de bem-estar físico, mental e social (CRITCHLEY *et al.*, 2020; GOMES; MENDES, 2022). Assim, mulheres, jovens, com baixo poder aquisitivo podem ser levadas a sentimento de inferioridade em relação ao masculino, com reprodutividade pelo capitalismo de que o corpo menstruado é improdutivo e infértil (WILLIG; SCHMIDT, 2022).

Na comunicação, a supressão do sangue vermelho é originada do processo da construção de uma comunicação que atende ao olhar masculinizado e androcêntrico (MIGUEL *et al.*, 2016; ALCÂNTARA; TORRES, 2020). O azul é a cor utilizada pela maioria dos produtos de limpeza disponíveis no mercado nos dias atuais e representa a ideia de limpeza e higiene. Deste modo, o fluxo sanguíneo da menstruação é, frequentemente, metaforicamente, substituído por um líquido azul para demonstrar a capacidade de absorção do produto (absorvente). A substituição do vermelho pelo azul é uma referência aos conceitos de puro/impuro, sujeira/limpeza: o azul, sangue submetido a um processo de purificação, pode ser visto sem qualquer tipo de constrangimento. O sangue e o fluxo da menstruação das mulheres é frequentemente excluído de imagens públicas, como muitas outras imagens tabus envolvendo o corpo feminino (BENTES, 2017). Assim, no processo de fazer-se mulher, há um processo que envolve linguagem, representações e símbolos (MOREIRA; BATISTA, 2016).

Nos últimos anos, houve uma mudança na forma de comunicação pelas redes sociais digitais (RSD), as quais facilitam a transmissão de mensagens entre as pessoas. Segundo Boyd e Elisson (2008), mídia social refere-se a plataformas online que permitem aos usuários criar perfis ou contas pessoais, interagir com outros usuários e compartilhar conteúdos, como texto, imagens e vídeos. Essas plataformas são caracterizadas pela natureza bidirecional da comunicação, em que os usuários podem tanto produzir quanto consumir conteúdo. As mídias sociais são construídas

em torno de conexões e redes sociais, permitindo que os indivíduos se conectem com amigos, familiares, colegas e outros grupos de interesse. Essas plataformas desempenham um papel importante na facilitação da comunicação e no desenvolvimento de identidades digitais dos usuários. São ferramentas poderosas que poderiam ser utilizadas a favor de um letramento menstrual.

Muito do que antes era feito através da palavra no discurso ao vivo, da televisão ou dos livros, dos artigos/periódicos, agora, é feito pelas RSDs (NUNES, 2019). Nas RSDs, há diversas possibilidades: a comunicação pode ser realizada através de mensagens de texto via *chat*, postagens e/ou compartilhamento de imagens e vídeo (RECUERO, 2009). As RSDs constituem meios de comunicação mais interativos, nos quais os indivíduos estão liberados das limitações de espaço e tempo, o que torna a comunicação mais flexível. Este cenário é baseado na ideia de participação, com fácil acesso às informações, com mais liberdade de expressar suas opiniões, com trocas constantes de informações (VERMELHO *et al.*, 2014). Os jovens nascidos após 1995 são considerados “nativos” digitais, inseridos através da cibercultura em um modelo de comunicação com equipamentos que operam por meio da convergência de mídias e estão mais familiarizados com as tecnologias digitais.

O Instagram é uma destas RSDs, e se apresenta como uma plataforma capaz de divulgar informações sobre saúde e, mais especificamente, sobre saúde menstrual (ALCÂNTARA; TORRES, 2020). Lançado em 2010, o Instagram atingiu, em 2018, 1 bilhão de usuários, sendo 50 milhões de contas brasileiras ativas por mês. Na sua origem, o Instagram ilustrava instantes. Contudo, a partir de 2012, quando foi adquirido pelo Facebook e sofreu várias modificações: possibilidade de postagem de vídeos e fotos, veiculação de publicidade, alteração na ordem das postagens no *feed* de notícias, privilegiando o histórico de interações entre os usuários, disponibilização do recurso “histórias” (fotos e vídeos disponibilizados por apenas 24 horas) (ALCÂNTARA; TORRES, 2020). Desta forma, o Instagram se estabeleceu como forte espaço de engajamento social por sua capacidade de compartilhamento, alcance e interação e permitiu a discussão de temas que não vinham sendo abordados em outros meios de comunicação. Além disso, destaca-se como meio de promoção de discursos sobre saúde, corpo, estilo de vida (SACRAMENTO; MAGALHÃES; ABIB, 2020) e permite uma comunicação massiva que oportuniza relatos não hegemônicos. Contudo, apesar de se apresentar como formas positivas de interação, sendo

apresentada como uma simples mediadora de conteúdo, o Instagram oculta a atuação dos algoritmos com objetivo de venda, o lucro financeiro, discursos de ódio e outras polêmicas (VIEGAS, 2022).

É preciso atenção para as mídias sociais, entre elas o Instagram, pois

“Estão situadas dentro de uma economia de atenção na qual as tecnologias são construídas para capturar e sustentar o interesse dos usuários. Muitos planos de monetização corporativa são direcionados pela publicidade, que mede o sucesso por meio de visualizações de página e outros tipos de engajamento, como o conteúdo gerado pelo usuário. Os recursos técnicos que mostram o conteúdo ‘mais visto’ ou ‘tendência’ amplificam o que já está ganhando força” (VIEGAS, 2022).

Compreender o que é consumo midiático, o que condiciona as pessoas a consumirem mídia permite compreender como o processo de comunicação ocorre e como opera a partir de interesses e práticas a partir da esfera social. Como elemento das dinâmicas culturais a comunicação pode ocorrer através de textos, jornalismo, programas de infoentretenimento, telenovela e, também, pela publicidade, propaganda e publicidade de utilidade pública ou de interesse público (PIEDRAS, 2007; 2008; 2009). Os estudos de consumo midiático são uma decorrência dos estudos de consumo em uma abordagem sociocultural na qual, a partir da concepção naturalista de necessidades e da concepção instrumentalista dos bens, alguns objetos são incorporados às rotinas dos indivíduos a partir de necessidades que são estabelecidas social e culturalmente, de tal modo que se tornam naturalmente imprescindíveis (TOALDO; JACKS, 2013; SCHMITZ, 2015). O consumo não se limita à troca de mercadorias: “serve para enviar e receber mensagens”, e faz parte de interações socioculturais mais complexas, as quais, a partir dos “bens e objetos simbólicos, produzem significados, representam diferenciação, compartilhamento, comunicam escolhas, posicionamentos da situação dos indivíduos no mundo, satisfazem desejos” (TOALDO; JACKS, 2013). Assim, todo o consumo é cultural uma vez que o ato de adquirir qualquer bem é mais amplo que a ação da posse (SCHMITZ, 2015). Independentemente do que é consumido, o processo integra, comunica, objetiva desejos e ritualiza a satisfação (SCHMITZ, 2013).

O consumo midiático se refere ao que é produzido na mídia, seus produtos, e é definido pela forma da relação com os meios de comunicação. Pode ser entendido como o

“[...] consumo do que a mídia oferece: nos grandes meios – televisão, rádio, jornal, revista, internet, *sites*, *blogs*, celulares, tablets, outdoors, painéis ... – e nos produtos/conteúdos oferecidos por esses meios – novelas, filmes, notícias, informações, entretenimentos, relacionamentos, moda, *shows*, espetáculos, publicidade, entre outros. Neste contexto, a oferta da mídia inclui também o próprio estímulo ao consumo, que se dá tanto através da oferta de bens (por meio do comércio eletrônico e da publicidade), quanto no que se refere a tendências, comportamentos, novidades, identidades, fantasias, desejos...”(TOALDO; JACKS, 2013)

Refletir sobre consumo midiático é pensar nos textos e produtos produzidos e veiculados pelas mídias e acessados por determinado grupo, o qual se apropria e (re)significa estes textos/mensagens/imagens. Podem tratar dos mais diversos assuntos e têm sua origem em diferentes mídias: televisão, rádio, revistas, jornais, sites, blogs, redes sociais, entre outros (ARAÚJO; QUEVEDO, 2017).

É a partir do consumo midiático (quais suportes, plataformas, dias, tempo de exposição, usos) que se torna possível a realização de Estudos Recepção. Isto permite explorar as relações e as práticas que os sujeitos possuem com as mídias e como dão significado a partir do consumo dos produtos ofertados/apresentados. Desta forma, é possível “detalhar aspectos do fenômeno midiático na dimensão de seus conteúdos, fechando o foco de observação, o que não significa dispensar uma análise do consumo midiático para adentrar nas práticas dos receptores” (TOALDO; JACKS, 2013).

A recepção midiática é o resultado da interação entre o receptor e a mídia divulgada. Assim, o receptor também realiza decodificações e trocas (mediações) que envolvem aspectos psicológicos, são determinados por influências socioculturais e se constituem como um processo contínuo (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005). Para uma análise de recepção abrangente, é necessário levar em consideração os procedimentos que comparam o discurso dos meios de comunicação e o da audiência, bem como a estrutura das respostas da audiência em relação a esse conteúdo. A relação entre comunicação e cultura é importante para se pensar no contexto da recepção. Essa perspectiva diz respeito à relação das pessoas com meios ou veículos de comunicação, com programas, gêneros, mensagens ou momentos particulares, considerando a complexa interação de elementos e fatores que caracterizam o fenômeno como um todo (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005).

Os estudos sobre consumo midiático têm como foco a relação dos sujeitos com os meios de comunicação em si, ao invés das mensagens que são veiculadas pelos

mesmos. Dessa forma, há uma distinção entre as práticas de recepção e o consumo midiático, embora ambas estejam ligadas ao âmbito da audiência. Conforme Schmitz (2015), as práticas de recepção ocorrem no nível da significação, pois os receptores interpretam e traduzem as mensagens conforme a sua lógica e contexto cultural. Sendo assim, um estudo de recepção busca reconstruir como um grupo de pessoas decodifica, compreende e vivencia uma mensagem específica de um produto midiático.

Essa diferença entre consumo midiático e práticas de recepção é fundamental para compreender a relação entre comunicação e cultura na perspectiva da audiência. Os Estudos de Consumo Midiático podem fornecer informações valiosas sobre as práticas de consumo dos sujeitos, mas não conseguem capturar as complexidades da interpretação das mensagens pelos receptores. Já os Estudos de Recepção, como apontado por Piedras (2007; 2009) e Tondo (2021), ampliam a compreensão do fenômeno midiático ao incluir a recepção como um processo que envolve como as mensagens são decodificadas, vivenciadas e tematizadas pelos receptores. Isso ocorre por diversas lógicas, o que resulta em uma natureza ambígua e contraditória da recepção midiática. Está relacionada às ações cotidianas de interação entre os meios de comunicação e a cultura de massa, e é condicionada por uma complexa configuração de elementos e fatores, incluindo as relações das pessoas com meios ou veículos de comunicação, com programas, gêneros, mensagens ou momentos particulares.

Especificidades de gênero devem ser consideradas quando se avalia o consumo midiático da comunicação sobre menstruação pelas mulheres. Ao se estudar o consumo midiático da comunicação sobre menstruação pelas mulheres é importante observar que as redações dos grandes jornais e as agências de publicidade ainda são ambientes predominantemente masculinos. Por exemplo, em agências de publicidade, principalmente na área de Criação, no Brasil, a presença feminina é inferior a 20% (SACCHITELLO; LEMOS, 2016). Assim, os conteúdos não são produzidos diretamente pelas interessadas: as mulheres ou homens que menstruam.

Na esfera cultural e política, são promovidas as identidades de gênero, o que acaba por delimitar os papéis sociais pela divisão sexual. Essas ações incluem políticas públicas em prol da igualdade de gênero, campanhas de conscientização sobre a importância da diversidade sexual e de gênero, além de outras iniciativas que

buscam desconstruir os estereótipos de gênero e fomentar uma sociedade mais inclusiva e justa. Os meios de comunicação têm papel fundamental na propagação e/ou desmistificação das construções e interpelações de gênero, sendo importante refletir como as problemáticas de gênero são abordadas pela mídia, especialmente no que se refere ao consumo e à apropriação dos discursos midiáticos pelos sujeitos (TOMAZETTI; CORUJA, 2017a).

É necessário destacar que os papéis sociais atribuídos a homens e mulheres ainda são, em grande parte, delimitados pela divisão sexual e pelos estereótipos de gênero presentes na sociedade. Existe uma pressão social significativa para que homens e mulheres sigam padrões de comportamento binários considerados masculinos ou femininos, o que pode limitar a liberdade individual e a diversidade de expressão de gênero (TOMAZETTI; CORUJA, 2017b). É fundamental que haja uma maior conscientização e aceitação da diversidade de identidades de gênero, para que a divisão sexual não seja o principal fator a influenciar os papéis sociais.

Nos Estudos de Recepção da comunicação sobre menstruação pelas mulheres, as especificidades de gênero podem ter papel importante. Além disso, em relação a recepção da comunicação sobre menstruação é importante considerar os marcadores de classe, gênero e raça. Estes modulam as vivências das receptoras em relação a sua condição feminina outorgada pelo sexismo e pela divisão sexual do trabalho (TOMAZETTI; CORUJA, 2017a).

A menstruação é um tema que tem sido alvo de discussões há muito tempo, tanto no que se refere à saúde da mulher quanto à sua posição na sociedade. Durante muito tempo, a menstruação foi considerada um tabu, e pouco se falava sobre ela abertamente. Isso gerou muitas dúvidas e incertezas nas mulheres, que muitas vezes não tinham acesso a informações adequadas sobre o assunto. Nos últimos anos, porém, tem havido uma mudança de paradigma nesse sentido. Cada vez mais, se discute a importância de se falar sobre a menstruação de forma aberta e sem preconceitos, para que as mulheres possam se informar e cuidar da sua saúde de maneira consciente e segura. Além disso, a menstruação tem sido encarada como um processo natural do corpo feminino, que deve ser valorizado e respeitado. Nesse contexto, a comunicação sobre a saúde da mulher e a menstruação tem um papel fundamental. É importante que os profissionais de saúde sejam capazes de abordar esse tema de maneira clara e objetiva, para que as mulheres possam entender o que

está acontecendo com o seu corpo e tomar decisões informadas sobre o uso de métodos contraceptivos, por exemplo. Por outro lado, a forma como a menstruação é retratada nos meios de comunicação também tem um grande impacto sobre a forma como as mulheres a percebem. Infelizmente, muitas vezes a menstruação é tratada como algo sujo ou vergonhoso, o que pode afetar a autoestima e a saúde emocional das mulheres. Por isso, é importante que a comunicação midiática sobre a menstruação seja cuidadosa e empática, para que as mulheres se sintam representadas e respeitadas.

A comunicação sobre menstruação e sua representação nos meios midiáticos são temas cruciais, pois impactam diretamente as percepções e experiências das mulheres. As práticas de consumo midiático e recepção revelam como a menstruação é muitas vezes abordada de maneira estigmatizada, reproduzindo estereótipos de gênero e contribuindo para a desigualdade. O uso simbólico do azul em substituição ao vermelho nas representações menstruais destaca uma narrativa de purificação, mas também revela tabus e exclusões na exposição pública do corpo feminino. A ascensão das redes sociais, especialmente o Instagram, redefine a comunicação sobre a menstruação, proporcionando um espaço interativo para discussões e compartilhamento de informações. No entanto, é crucial considerar as nuances das plataformas digitais, reconhecendo sua potencial monetização e os algoritmos que influenciam o conteúdo exibido. A reflexão sobre consumo midiático destaca a importância de desvendar os interesses e práticas subjacentes à comunicação, considerando o contexto cultural e sociopolítico. A análise de recepção, atenta às especificidades de gênero, classe e marcadores sociais, amplia a compreensão da interação entre os meios de comunicação e a cultura de massa. Em um cenário em transformação, discutir abertamente a menstruação é crucial para desafiar estigmas, promover a saúde da mulher e construir uma sociedade mais inclusiva e justa.

4 ESTUDO EMPÍRICO

Neste item, são apresentados resultados do estudo empírico exploratório em quatro momentos: (1) a menstruação vivida pelas mulheres e seu consumo midiático sobre essa questão no Instragram; (2) a menstruação tematizada pelas narrativas de comunicação e saúde no site de rede social Instagram, a partir do consumo midiático das mulheres pesquisadas; (3) a recepção da comunicação sobre menstruação pelas mulheres pesquisadas; (4) e a discussão sobre o tema no grupo.

4.1 A menstruação vivida pelas mulheres pesquisadas

Quando questionadas sobre o que é a menstruação, as entrevistadas mencionam que pensavam pouco sobre isso e que é aquele período que ocorre uma vez por mês que descama quando não ocorre a menstruação.

As estudantes mencionam que a primeira menstruação foi um momento em suas vidas relacionadas com susto, enjoo e não saberem o que estava acontecendo. Falar com a mãe ajudou a tranquilizar uma das entrevistadas. Uma delas começou a menstruar durante uma ida a praia, onde estava em uma casa só com a tia e primos (Entrevistada 2). Neste caso, foi com a tia, que estava na casa e que percebeu seu nervosismo, com quem conversou que ajudou a tranquilizar. A possibilidade de ter absorvente e medicação disponíveis foi importante. Esta entrevistada relata que conhecer seu corpo e saber que a menstruação faz parte de um ciclo natural ajudou. Relata que tem várias primas e que elas menstruaram mais ou menos ao mesmo tempo e que a frase que ouvia foi “ficou mocinha”, mas que isso é meio machista e que envolve vários fatores. Nas entrevistas, foi citada da figura de outra mulher, mãe ou tia, para conversar no primeiro momento sobre a menstruação. No entanto, as jovens relataram ter pouca abertura para falar sobre a menstruação com seus pais. Quanto a isso, todas se sentiram à vontade de falar sobre isso na família com a mãe, tia ou madrinha. Todas relatam pouca abertura para falar sobre a menstruação com o pai. Uma das entrevistadas relatou:

“(Falei) com a minha mãe. Com as outras pessoas eu fui meio que forçada, sabe. Minha mãe talvez comentou com alguém e a outra pessoa veio me perguntar e eu tive que responder. Com meu pai, eu acho que por ele ser homem, e homem tem essa barreira de, às vezes, não quer entender o processo disso. Então, eu tipo introduzi esses assuntos com meu pai. Mesmo ele não querendo, não mostrando interesse sobre isso. Mas eu sempre falo. Até por que ele tem duas filhas mulheres. E tem uma esposa também” (Entrevistada 3).

Para todas, o início da menstruação foi muito precoce (11-12 anos). Relatam que se sentiam muito criança e esperavam que a menstruação viesse mais adiante. Uma delas relata que apesar de sintomas, foi normal. Expressões como envergonhada, pouco à vontade, enjoo, chateada aparecem recorrente, como na fala abaixo da Entrevistada 2:

“Foi bem ruim, assim. Eu lembro que eu não sabia muito bem o que estava acontecendo, mas eu já tinha escutado algumas histórias da minha família, daí eu estava pensando que poderia ser isso. Mas eu estava fora da casa da minha mãe, eu estava com uns primos meus, e só tinha menino. Tudo primo homem dentro de casa. Daí eu lembro que eu fiquei muito envergonhada assim e depois eu fui para casa” (Entrevistada 2).

Em relação a como se sentem, atualmente, com a menstruação, é relatado que já foi um problema, mas que agora é tranquilo, normal. Principalmente, depois do início do uso de contraceptivo oral. Para a Entrevistada 3, é uma coisa normal sobre a qual não tem controle e sobre a qual não pensa muito. Relata que no início, foi complicado, mas que atualmente é tranquilo, que por não ter muito controle sobre a menstruação e que acaba se sentindo um pouco vulnerável.

Diferentemente, para uma delas, a vivência da menstruação é mais complexa:

“Na questão das cólicas eu tenho muitas, eu tenho sempre que tomar remédio e tudo mais para conseguir ficar bem nos dias em que eu estou. Por que eu me sinto muito inchada e tudo mais. Então, é bem, é bem complicado” (Entrevistada 5).

Quanto aos aspectos negativos, relatam que antes do início do uso do contraceptivo oral, tinham muita cólica e que depois foi controlado e ficou tranquilo. Uma delas, ainda, relata vergonha e muita dor neste período (Entrevistada 2). Outra relata ter efeitos colaterais como cólica e mau humor, sem conseguir controlar (Entrevistada 3). As palavras para relatar os aspectos negativos e positivos são:

cólica, dor, fluxo intenso, vergonha, horrível, dolorido, mau humor, falta de controle sobre os sentimentos. Para todas, cólica é relatada em algum momento e que o uso do contraceptivo ajuda a reduzir a dor.

“Nessa situação de positivo eu não lembro de nenhum. Não me recordo assim, por que eu fiquei com muita vergonha. E foi horrível por que foi muito dolorido. Então eu não sabia assim realmente o que que era e aí eu lembro que eu fui direto para casa da minha mãe depois, pois eu não consegui ficar mais lá, sabe, por que eu estava me sentindo muito assim meio invadida. E não lembro de ter tido algum aspecto positivo” (Entrevistada 1).

“Negativo acho a questão de tu sempre te sentires suja. Tu sempre te sentes suja. Por mais que tu te limpes logo já tem de novo o fluido. Positivo, com a questão do corpo, se tu estás menstruando significa que podes estar bem de saúde” (Entrevistada 5).

Como aspectos positivos, aparece saber que não está grávida. Também a questão do corpo apareceu: “se tu estás menstruando significa que podes estar bem de saúde”. Uma relata que não lembra de algum aspecto positivo.

Atualmente, com o uso do contraceptivo, a menstruação das entrevistadas tem duração de 3 a 5 dias com pouco fluxo e o ciclo menstrual é de 28/28 dias. Apenas uma das entrevistadas relata algum diagnóstico (Síndrome de Ovários Policísticos) relacionado a alterações menstruais (corrigidas com o uso de contraceptivo oral).

As cinco entrevistadas utilizam, atualmente, absorventes para conter o fluxo menstrual. Duas já tinham utilizado coletor menstrual. Para uma delas, a razão para interrupção do uso do coletor foi não ter se adaptado. Uma entrevistada que ainda não utilizou coletor, quer utilizá-lo mais adiante por achar que é mais higiênico (Entrevistada 1). Ainda na resposta da Entrevistada 1, ela comenta sobre sua preocupação em relação à falta de oferta de absorventes externos em banheiros públicos e a falta de cuidado com o descarte dos mesmos. Ela também expressa sua opinião de que os banheiros públicos não são higiênicos o suficiente para a higiene menstrual e que ela não se sente completamente segura neles, especialmente em lugares onde há festas e a possibilidade de pessoas desconhecidas entrarem nos banheiros.

“Nunca vi ninguém oferecendo absorvente, sabe. Isso, tipo, já é uma coisa que me preocupou, por que às vezes a gente esquece, né, de levar alguma coisa na bolsa. Mas eu sempre peço para alguma amiga quando eu não tenho. Isso sempre ajuda. Mas assim, não tem. E também não tem, assim, um lixo certo. Às vezes a gente percebe que a galera joga de qualquer jeito. Então não tem muito cuidado em relação a isso. [Tu achas que os banheiros são higiênicos, adequados para higiene menstrual?] Não, não acho assim. Tipo, graças à Deus, nunca encontrei nada assim muito ruim de se usar, mas,

por exemplo, se todo mundo UFRGS estivesse menstruado, eu acho que seria meio tenso, assim, usar o banheiro em um dia. E nesses lugares, tu tens a sensação de privacidade e segurança? Olha, não muito. Justamente por que, às vezes, tem porta meio aberta, que não fecha direito. Eu já ouvi falar que, às vezes, rola umas festas no Vale (Campus do Vale), daí a gente nunca sabe que é que está lá no Vale, que é que está andando por lá e se vão entrar por nada (nos banheiros) aí eu não acho muito seguro. Mais no Vale (Campus do Vale) isso. Mas tipo aqui na Saúde (no Campus da Saúde) eu acho mais tranquilo” (Entrevistada 1).

Já nas respostas das entrevistadas, comentam sobre a disponibilidade de absorventes externos em locais públicos, como banheiros de universidades e escolas que frequentam, e sentem-se seguras e com privacidade nestes lugares. As entrevistadas mencionam que sempre carregam absorventes consigo na bolsa para evitar imprevistos, enquanto a entrevistada 3 acredita que a oferta de absorventes em banheiros públicos depende mais do local em questão. Elas afirmam que se sentem seguras e com privacidade em banheiros públicos onde frequentam. Contudo, alguns lugares são melhores que outros, conforme pode ser visto na fala da entrevistada 5.

“Sempre carrego na bolsa. Por que sempre que eu vejo que está para vir, eu já coloco absorvente. Porque no início vem mais, né. Já uso aqueles bem maiores para fluxo intenso mesmo. Mas eu sempre carrego. Os banheiros [do térreo da FABICO] são um horror, mas então eu vou sempre nos de cima que são mais privados e para fazer a troca [é melhor]. Alguns são melhores do que os outros. Os da FAMED aqui são muito melhores, por exemplo” (Entrevistada 5).

Com relação a alguma mudança física ou emocional ao longo do ciclo menstrual, relatam alteração do humor, irritação, vontade de comer doces, tristeza e labilidade emocional. O uso de contraceptivo oral melhora estes sintomas, para uma das participantes. Uma delas relata:

“Em relação à aparência eu tomo bastante água. Mas do estresse eu tento me acalmar e entender que aquilo ali é uns dias em que eu vou ficar assim, sabe. Mas também não me culpo e tento dar uma amenizada porque as pessoas que estão fora não têm culpa do teu estresse e tudo mais. Mesmo com contraceptivo oral tenho inchaço, mas o estresse eu não tenho” (Entrevistada 3).

Em relação ao impacto sobre trabalho ou estudo, ter cólica aparece como limitante e que torna o ter de ficar sentada muitas horas (durante as aulas) desconfortável. Além disso, o medo de (a menstruação) estar vazando também é relatado. Quanto ao impacto na vida social e no tempo livre:

“Eu acho que tem algumas mudanças assim, tu ficas mais constrangida, porque tu não sabes se daqui a pouco não vai passar para tua roupa, tu ficas mais cuidadosa. Daí tu achas que está todo mundo percebendo que tu estás inchada, que está todo mundo percebendo que tu estás estranha. E isso acaba que tu ficas mais resguardada nestes dias. Eu me sinto assim pelo menos... É, eu, por exemplo, faço musculação. Então, nos dias em que eu estou menstruada eu fico aflita por que toda hora parece que tua roupa está manchada, está todo mundo te olhando, então são mais essas (coisas), o externo, não é? As pessoas te observando sendo que está tudo normal” (Entrevistada 3).

Em relação à vida sexual, as entrevistadas relatam esperar, evitar relações nos dias da menstruação por terem cólicas, dor, desconforto:

“Eu respeito o período e também respeito o meu corpo, né. Como eu sinto dor durante as cólicas, daí eu não arrisco nem nada. Então. Então, mais pelo teu desconforto” (Entrevistada 1).

“Bah, eu não tenho relação sexual quando eu estou menstruada. Não é uma coisa com a qual eu me sinto confortável de ter. então acredito que isso seja o impacto” (Entrevistada 2).

“Ah, eu evito nestes dias. Mas não sei se ela tem um impacto hoje em dia eu tomando anticoncepcional. Acho que se tu não tomasses tu ficas mais resguardada. Mas eu evito” (Entrevistada 3).

“Ah, sim, eu acho meio constrangedor assim ter relações sexuais menstruando. Pela, pelo jeito que sai. Eu tenho, eu até tenho que marcar um ginecologista, porque, às vezes, quando sai a menstruação, ela sai muito em [coágulos] então eu tenho um pouco de receio quanto a isso, desse jeito. Então eu acho melhor evitar” (Entrevistada 5).

Apenas a entrevistada 4 relatou que a menstruação não tem impacto sobre sua vida sexual.

Em síntese, apesar de assustadas na primeira menstruação, as entrevistadas repetem os termos “tranquilo” e “natural” para descreverem a menstruação atualmente. As mães, tias e madrinhas (figuras maternas próximas) têm papel importante na transmissão dos primeiros ensinamentos, tal prática de conversar com a filha/ sobrinha, faz com que as jovens se sintam mais tranquilas com o momento vivenciado por elas. Vergonha, desconforto, susto, foram aspectos negativos relatados. O período menstrual é associado pelas entrevistadas com inchaço, alteração do humor, tristeza, vontade de comer doces. Apesar de não perceberem um impacto na vida social, as jovens evitam manter relações sexuais neste período, principalmente pelo desconforto e dor. A higiene, disponibilidade de locais adequados para troca de absorventes foram relatados.

Essa vivência das mulheres em relação à menstruação é construída socialmente, incluindo-se aí a mediação do consumo midiático. Quando questionadas sobre conteúdos de que lembravam de consumir sobre menstruação nas redes sociais, especificamente no Instagram, as mulheres pesquisadas mencionaram alguns perfis (nove) e uma hashtag. A partir dessa comunicação sobre/da menstruação que foi mencionada espontaneamente como relevante pelas interlocutoras, encaminhou-se a etapa da pesquisa dedicada a analisar como é essa comunicação, que se apresenta a seguir.

4.2 Comunicação sobre/da menstruação no Instagram

Para examinar a tematização da menstruação no Instagram, sob a perspectiva de consumo midiático e recepção, optamos por analisar postagens de perfis indicados pelas mulheres pesquisadas como relevante para abordagem do tema da menstruação. As entrevistadas relatam terem o hábito de acessar as redes sociais com frequência diária, principalmente, Twitter, WhatsApp e Instagram. O acesso é principalmente no Instagram, com duração de duas a quatro horas por dia. Segundo as entrevistadas, diante da oferta de publicações sobre menstruação que elas costumam consumir nas redes sociais, se destacaram os seguintes perfis (Quadro 10):

Quadro 10. Perfis e hashtag referidos pelas entrevistadas.

Perfil	Captura da tela inicial
<p>@marcelamcgowan</p>	
<p>@nutricionista_carolfaria</p>	

Quadro 10. Perfis e hashtag referidos pelas entrevistadas (continuação).

Perfil	Captura da tela inicial
<p>@soulinecampos</p>	
<p>@pilates.rosamaria</p>	

Quadro 10. Perfis e hashtag referidos pelas entrevistadas (continuação).

Perfil	Captura da tela inicial
<p>@sabrinasato</p>	
<p>@_korui_</p>	

Quadro 10. Perfis e hashtag referidos pelas entrevistadas (continuação).

Perfil	Captura da tela inicial
<p>@lábioslivres</p>	
<p>@inciclo</p>	

Quadro 10. Perfis e hashtag referidos pelas entrevistadas (continuação).

Perfil	Captura da tela inicial
<p>@projetomenstRUA</p>	
<p>#menstruação</p>	

Quadro 10. Perfis e hashtag referidos pelas entrevistadas (continuação).

Perfil	Captura da tela inicial
@Always	

Diante da oferta de publicações sobre menstruação, são indicados os perfis Marcela McGowan, Aline Riscado, Nutricionista Carol Faria, Korui, Always, e o *hashtag* #menstruação.

A comunicação sobre menstruação no Instagram no perfil de Marcela McGowan explora temas como o empoderamento feminino, a diversidade e a luta contra o preconceito sempre buscando uma abordagem livre de tabus e estigmas. Nascida em São Paulo em 1988, Marcela McGowan é uma médica graduada pela Universidade de São Paulo (USP), apresentadora e influenciadora digital de renome. Destacando-se por sua participação no *reality show* Big Brother Brasil em 2020, ela atualmente conta com uma audiência de mais de 3 milhões de seguidores em suas redes sociais (CARAS, 2022). Em sua atuação como influenciadora, Marcela vai além do universo médico e aborda questões sociais relevantes, como consentimento, igualdade de gênero e saúde sexual e reprodutiva. Suas plataformas digitais não apenas refletem seu conhecimento médico, mas também servem como um espaço aberto para discussões e conscientização. Marcela se destaca não apenas como uma profissional da saúde, mas também como uma defensora ativa por uma sociedade mais justa e inclusiva (FAMOSOS, 2023). Embora tenha sido observada a ausência de postagens diretas sobre menstruação no *feed* ou *stories* do Instagram de Marcela McGowan durante o período pesquisado, sua presença digital reforça o compromisso com pautas sociais importantes, evidenciando a multifacetada contribuição dessa influenciadora para a construção de um diálogo aberto e inclusivo na sociedade contemporânea.

Na análise da comunicação sobre menstruação no perfil "soualinecampos" do Instagram, foram identificadas 93 postagens durante o período da pesquisa. No entanto, observou-se que o conteúdo do perfil se concentra predominantemente na exibição do corpo treinado da Aline Campos, sem abordar diretamente a temática menstrual. Vale ressaltar que uma postagem específica de agosto de 2021 foi mencionada, na qual Aline compartilhou sua experiência de menstruar durante uma aula de ioga. Nesse contexto, seus seguidores notificaram-na por meio do chat, e Aline, de maneira audaciosa, continuou a aula e, ao término, abordou o assunto. Em suas palavras, ela destacou a natureza divina da menstruação, ressaltando que é uma experiência exclusiva das mulheres e defendeu a normalização desse fenômeno natural. Aline também reconheceu que manchar-se com o sangue menstrual é uma ocorrência comum para muitas mulheres quando a menstruação ocorre de forma inesperada, buscando desmistificar e desestigmatizar esse aspecto da experiência feminina.

No perfil "nutricionista_carolfaria", a comunicação sobre menstruação vai além do comum ao explorar detalhadamente os sinais e sintomas, destacando a menstruação e suas variações na duração dos ciclos. Um enfoque significativo é direcionado à relação intrínseca entre a Síndrome dos Ovários Policísticos (SOP) e a menstruação, elucidando como essa condição frequentemente resulta em irregularidades menstruais, incluindo períodos prolongados de ausência de menstruação (amenorreia). Com 96 postagens no feed, o perfil aborda minuciosamente os sintomas, especialmente aqueles vinculados à SOP, uma condição que pode impactar significativamente o ciclo menstrual. Além disso, são oferecidas abordagens terapêuticas, sugerindo chás, pílulas e atividade física como possíveis recursos para lidar com os desafios associados à SOP e suas repercussões na menstruação. Ao explorar a temática, o perfil nutricionista_carolfaria não se limita a discutir os aspectos médicos, mas também busca fornecer sugestões práticas para o manejo dos sintomas, promovendo um entendimento holístico da saúde feminina. A abordagem proativa e informativa desse perfil contribui para a disseminação de conhecimento valioso sobre a relação entre saúde, nutrição e o complexo universo da menstruação.

Outro perfil relevante mencionado é o da Sabrina Sato, embora postagem específica sobre menstruação não tenha sido apresentada. A referência à Sabrina

Sato se dá em função de uma publicação mais antiga que abordou a experiência comum de se sentir constrangida ao levantar-se e perceber uma possível mancha causada pela menstruação na roupa. A mensagem da postagem destaca a normalidade desse episódio, lembrando que é uma experiência cotidiana para mulheres que enfrentam o ciclo menstrual mensalmente. Essa abordagem direta da Sabrina Sato sobre um tema muitas vezes considerado tabu contribui para normalizar e desmitificar situações constrangedoras relacionadas à menstruação. Ao compartilhar sua perspectiva sobre essa experiência com sua audiência, Sabrina Sato não apenas promove a aceitação e a compreensão desse aspecto natural da vida feminina, mas também fomenta a conversa aberta sobre a menstruação, encorajando mulheres a se sentirem à vontade para discutir essas questões de forma positiva e desinibida.

No perfil Korui, são encontradas 77 postagens no *feed*, e nenhuma no *stories*; as postagens abordam sinais e sintomas e alternativas terapêuticas para a menstruação de maneira diversificada e abrangente. As publicações não apenas discutem sinais e sintomas associados ao ciclo menstrual, mas também exploram alternativas terapêuticas, ampliando o foco para questões específicas, como o possível aumento do fluxo causado pelo uso de DIU. Além disso, o perfil dedica espaço para tópicos relevantes, como o uso do coletor menstrual, a gestão do atraso menstrual e a promoção do uso de absorventes sustentáveis. O conteúdo vai além ao considerar questões sociais, como a menstruação na escola, advogando pela necessidade de um kit de primeiras menstruações e promovendo a conscientização sobre a higiene menstrual. O perfil não se limita a informações básicas, mas também explora terapias alternativas, como o uso de chás e a prática de atividade física, como métodos de manejo dos sintomas menstruais. A variedade de publicações destaca aspectos relevantes, indo desde a escolha do tipo de absorvente até a discussão de sinais, sintomas, primeiras menstruações, atraso menstrual e aumento de fluxo. É importante ressaltar que o perfil Korui tem uma natureza comercial, sendo dedicado à divulgação do coletor menstrual em forma de cone. No entanto, a abordagem não se limita à promoção do produto, incluindo discussões sobre vazamentos menstruais e oferecendo soluções saudáveis para essas situações, promovendo assim um diálogo aberto e informativo sobre a menstruação.

O perfil da marca Always, de absorventes, também é citado. A marca de absorventes Always é da empresa Procter & Gamble, a qual tem uma linha de produtos voltados para a saúde feminina (ALWAYS, 2023). A marca apresenta uma gama diversificada de absorventes, disponibilizando opções em diferentes tamanhos e níveis de absorção, adaptando-se às necessidades específicas de cada mulher. Essa variedade de escolhas sinaliza o comprometimento da Always em fornecer produtos que atendam de maneira personalizada às demandas individuais do público feminino (ALWAYS, 2023). Além de oferecer soluções práticas, a Always se destaca no mercado por suas iniciativas de marketing e apoio a projetos voltados para a saúde feminina. Engajada em campanhas que promovem a conscientização e o acesso à informação sobre a menstruação, a marca contribui para quebrar tabus e estigmas associados ao ciclo menstrual.

O hashtag "#menstruação" no Instagram é um agregador de publicações que reúne postagens de diferentes perfis que têm em comum o tema menstruação e busca promover a conscientização sobre a menstruação e acabar com os tabus e estigmas que cercam esse assunto. Apresenta conteúdo variado, incluindo dicas de higiene menstrual, informações sobre os diferentes tipos de absorventes e coletor menstrual, relatos de experiências de mulheres com a menstruação e questões sociais relacionadas à menstruação, como a falta de acesso a produtos de higiene menstrual em algumas comunidades. Além de informar e educar sobre o tema da menstruação, a página #menstruação também incentiva a quebra de tabus e estigmas relacionados ao ciclo menstrual. Através de depoimentos pessoais e compartilhamento de informações, a página ajuda a normalizar o diálogo sobre a menstruação e a contribuir para a construção de uma sociedade mais inclusiva e consciente. Por ser uma hashtag, não estão listadas abaixo as publicações no período de coleta de dados. Contudo, foram escolhidas duas postagens para serem apresentadas as entrevistadas e identificar semelhanças e diferenças na apropriação do que era mostrado.

No perfil Inciclo, a comunicação é intrínseca, pois é um perfil comercial de coletor menstrual. Foram encontradas 162 postagens, com grande parte de suas publicações dedicadas ao debate sobre o uso de coletor menstrual, explorando as variantes em formato de cone ou disco. São discutidas as vantagens desses dispositivos em relação aos absorventes convencionais, apresentando argumentos

embasados em sinais, sintomas e experiências relacionadas à menstruação. Ao abordar questões como os sinais e sintomas associados à menstruação, o perfil oferece uma reflexão sobre o ciclo menstrual feminino, incluindo discussões sobre primeiras menstruações, atrasos menstruais e variações no fluxo. A exploração desses tópicos não se limita apenas ao âmbito físico, mas também se estende às opções inovadoras disponíveis no mercado, fornecendo informações para mulheres em busca de alternativas ao absorvente tradicional. Além disso, o perfil discute aspectos cruciais relacionados à higiene e cuidados pessoais durante o período menstrual, reforçando a importância do autocuidado e da atenção à saúde feminina. Outro ponto de destaque é a normalização da menstruação como um episódio natural na vida da mulher. Este perfil busca desmistificar a menstruação, contribuindo para eliminar tabus ao tratar abertamente temas como a TPM (Tensão Pré-Menstrual). Ao oferecer informações abrangentes e promover uma conversa desinibida sobre a menstruação, o perfil busca empoderar as mulheres, incentivando uma visão positiva e informada sobre esse aspecto fundamental da saúde feminina.

A abordagem da menstruação no Instagram, presente no perfil LábioLivres, durante o período analisado apareceu em três publicações específicas, tocando em temas cruciais como a dor associada ao ciclo menstrual, a ausência de experiência menstrual em médicos do sexo masculino e o uso de absorventes. A quantidade de postagens diretas sobre menstruação foi limitada, totalizando apenas três durante o período de estudo. É interessante notar que, apesar da escassez de publicações específicas sobre menstruação, o perfil se destaca ao explorar predominantemente temas relacionados à sexualidade. Este enfoque mais amplo sugere uma abordagem que vai além dos aspectos físicos do ciclo menstrual, adentrando discussões mais amplas sobre a experiência feminina e a saúde sexual. Embora a menstruação seja um tema abordado de maneira mais restrita, as publicações que o contemplam trazem à tona questões relevantes e por vezes pouco discutidas, como a percepção da dor associada à menstruação e as disparidades de gênero na experiência médica. Essa abordagem, ainda que em quantidade limitada, contribui para a diversidade temática do perfil, enriquecendo as discussões sobre a saúde da mulher e sua experiência ao longo do ciclo menstrual.

A análise dos perfis no Instagram revela convergências e divergências consideráveis na abordagem da menstruação. Em perfis como Marcela McGowan,

"soualinecampos", e "nutricionista_carolfaria", a menstruação é incorporada de maneiras distintas, com enfoques mais amplos que transcendem os aspectos físicos do ciclo menstrual. Marcela McGowan destaca-se por seu compromisso com questões sociais, abordando temas como empoderamento feminino e igualdade de gênero. No entanto, a ausência de postagens diretas sobre menstruação durante o período analisado sugere uma abordagem mais abrangente. Aline Campos, no perfil "soualinecampos", utiliza sua presença digital para desmistificar a menstruação, destacando a experiência divina da menstruação e promovendo a normalização de situações constrangedoras associadas ao ciclo menstrual. Enquanto isso, "nutricionista_carolfaria" adota uma abordagem detalhada, especialmente ao explorar a interconexão entre a Síndrome dos Ovários Policísticos e a menstruação, fornecendo informações sobre saúde e sugestões terapêuticas.

Por outro lado, perfis como Korui, Always, e Inciclo posicionam-se comercialmente, promovendo produtos relacionados à menstruação. Korui, especializado em coletores menstruais, destaca-se por uma variedade de postagens abordando desde sinais e sintomas até questões sociais e terapias alternativas, oferecendo um diálogo informativo e inclusivo. A marca Always enfatiza a diversidade de absorventes e se destaca por suas iniciativas de marketing e apoio à saúde feminina. Enquanto isso, Inciclo, outro perfil comercial, explora as vantagens de coletores menstruais sobre absorventes convencionais. Esses perfis, embora possam ter uma ênfase comercial, contribuem para a disseminação de informações e quebra de tabus associados à menstruação. Em geral, essas divergências e convergências refletem a complexidade das abordagens online da menstruação, destacando tanto o compromisso social quanto o comercial na promoção de uma compreensão mais aberta e informada desse aspecto fundamental da saúde feminina.

4.3 Práticas de recepção da comunicação sobre menstruação pelas mulheres

As mulheres participantes da pesquisa fazem consumo midiático de meio de redes sociais, e, como anteriormente mencionado, foram identificados perfis que abordam a temática da menstruação. Neste momento, serão exploradas as práticas de recepção dessas mulheres em relação à comunicação presente em postagens específicas, as quais elas destacaram como relevantes para suas experiências. A apresentação desses dados será conduzida a partir dos perfis identificados,

destacando as maneiras como as entrevistadas se apropriam da comunicação desses perfis.

As entrevistadas relatam acessar frequentemente as redes sociais, principalmente o Instagram, e seguem perfis que falam sobre menstruação. Há a indicação de perfis e marcas de absorventes que possuem conteúdos relacionados à menstruação e que geraram curiosidade e interesse nas entrevistadas. É possível perceber que as entrevistadas buscam informações sobre menstruação nas redes sociais e que a qualidade dessas informações é avaliada criticamente.

Quando perguntada sobre a lembrança espontânea de postagens sobre menstruação nesses perfis, as três entrevistadas mencionam postagens diferentes.

A recepção da comunicação sobre menstruação do perfil de Marcela McGowan é:

“Eu sigo a Marcela McGowan. Ela é uma ginecologista que fala sobre isso e sobre vida sexual. Bem interessante. Ela fazia umas postagens sobre coletor menstrual. Então foi uma coisa que me chamou à atenção. Que fez inclusive eu comprar um coletor. Só que acabei não me adaptando. Eu lembro dela falando sobre o coletor, sobre os benefícios, que era uma coisa prática e sustentável que acaba não produzindo tanto lixo. Algo relacionado a isso não me lembro muito bem, faz uns dois ou três anos” (Entrevistada 1).

A entrevistada 1, no perfil da Marcela McGowan, tem interesse por publicações sobre ter esquecido de tomar o anticoncepcional e alergia a absorvente (Quadro 11).

Quadro 11. Entrevistada 1 – Perfil de Marcela McGowan (@marcelamcgowan) sobre ter esquecido de tomar o anticoncepcional (A) e alergia a absorvente (B).

Postagem	Recepção
	<p>“Ela teve uma postagem sobre “esqueci de tomar meu anticoncepcional? O que fazer?”. A entrevistada referiu que gostou da postagem por que é uma maneira fácil de obter o conhecimento. Referiu que é comum o esquecimento do anticoncepcional, e que é uma postagem acessível e na qual ela explica em uma linguagem científica de fácil acesso (Entrevistada 1).</p>
	<p>“Tem [uma postagem] sobre absorventes. Aqui sobre alergia a absorvente. Não, é publicidade. Sempre sinaliza [que é publicidade]. Aparece nos comentários. Eu acho que toda a publicidade, ela vai ter uma tendência a querer vender o produto. Mas eu confio nas recomendações dela [Marcela McGowan], por que ela é uma profissional muito competente. Mas eu sempre tenho um olhar crítico quanto às publicidades. Então, não dá para sair acreditando em tudo que se vê. Eu acho que é isso mesmo, ter este olhar mais crítico” (Entrevistada 1).</p>

Fonte: elaboração do autor.

Na postagem A, Marcela McGowan esclarece o que fazer se houver esquecimento de tomar o contraceptivo oral (Quadro 11A). A entrevistada 1 refere que gostou da postagem “esqueci de tomar meu anticoncepcional? O que fazer?”, porque é uma maneira fácil de obter o conhecimento. Refere que é comum o esquecimento do anticoncepcional, e que é uma postagem acessível e na qual ela explica em uma linguagem científica de fácil acesso.

A entrevistada 1 referiu que gostou de uma segunda postagem do perfil Marcela McGowan sobre alergia a absorventes (Quadro 11B). Relata, contudo, que era publicidade por estar sinalizado. Refere que sempre é sinalizado quando é publicidade, que aparece também nos comentários. Nesta postagem, aparece no vídeo a produtora de conteúdo falando sobre o que, quando e como reconhecer alergia e absorvente e, a seguir, fala da marca *A/ways* e seu novo lançamento. Ela faz, então, a abertura da caixa do absorvente *A/ways* e vai mostrando o produto e falando de suas vantagens. Ao final, oferece cupom de desconto. A entrevistada relata que toda a publicidade vai ter uma tendência a querer vender o produto. Mas que

confia nas recomendações da Marcela McGowan, “porque ela é uma profissional muito competente e que sempre tem um olhar crítico quanto às publicidades, pois não dá para sair acreditando em tudo que se vê. Eu acho que é isso mesmo, ter este olhar mais crítico”. A estudante parece possuir competências relacionadas a literacia midiática capaz de perceber que se trata de um anúncio com fins de venda de um determinado produto. Porém, a figura da Marcela, médica ginecologista, se sobrepõe a ideia do ser apenas um anúncio comum, haja vista que a estudante leva em consideração aspectos contextuais e a posição ocupada pela emissora.

A recepção da comunicação sobre menstruação do perfil da marca Always de absorventes foi mencionada por uma entrevistada (Quadro 12).

Quadro 12. Entrevistada 2 – Perfil da Always (marca de absorvente menstrual).

Postagem	Recepção
	<p>“A princípio, o que mais a deixou curiosa foi que nunca tinha visto propaganda de marca de absorvente, pois é mais comum na televisão e no Instagram ser meio raro. Achou curioso por ser apresentado como qualquer outro anúncio, só que é um produto de higiene pessoal, então. Relatou que deveria ser muito mais comum um anúncio destes que de outras coisas” (Entrevistada 2).</p>

Fonte: elaboração do autor.

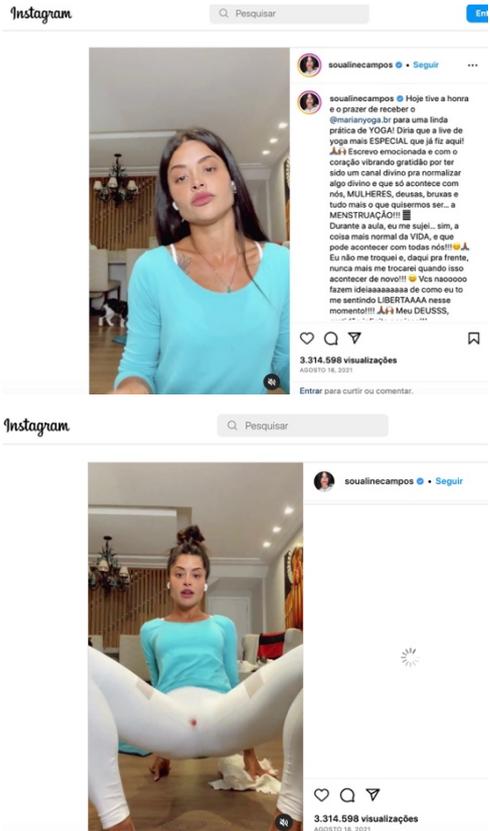
A entrevistada 2 relata que ficou curiosa, pois nunca tinha visto publicidade aberta. Gostou mesmo por vir como um anúncio⁵. Ela (Entrevistada 2) costuma usar o absorvente desta marca e acha curioso por não vir disfarçada, é publicação da própria marca. Além disso, relata que a marca está tendo muita publicidade por estar aparecendo no programa Big Brother Brasil de 2023.

A recepção da comunicação sobre menstruação do perfil de uma mulher fitness (Aline Campos) foi relatada por uma entrevistada, a qual relatou que uma vez ela estava fazendo um vídeo (*live*) de dança (agosto de 2021) e a calça dela manchou

⁵ Para este perfil não foram seguidas as postagens, pois, por ser uma marca de absorvente, todas seriam sobre menstruação.

com vazamento da menstruação e depois ela aproveitou para trazer esse assunto (Quadro 13).

Quadro 13. Entrevistada 3 – Aline Campos em aula de ioga durante a qual ficou menstruada.

Postagem	Recepção
 <p>The image contains two screenshots of an Instagram post. The top screenshot shows the post's text, which describes a yoga class where she experienced a menstrual leak. The bottom screenshot shows her in a yoga pose with a white cloth covering her lower body, indicating the leak.</p>	<p>A entrevistada 3 relatou que ela, Aline, não estava esperando aquilo, que foi um dia que não era para ter ocorrido a menstruação, mas ocorreu. Que aquilo foi supernormal. A entrevistada relatou que vê esses assuntos mais nos “stories”, e que esta foi a única vez que viu este tipo de postagem em um “stories” e que, depois, foi feita uma postagem explicando o que aconteceu. A “live” teve mais de 3 milhões de visualizações.</p>

Fonte: elaboração do autor.

A entrevistada 3 relata que Aline (produtora de conteúdo) não estava esperando a menstruação, pois não era o dia esperado para isso ocorrer, mas acabou acontecendo, o que ela considerou supernormal. Segundo a entrevistada 3, esse tipo de assunto é mais comum de ser abordado em *stories* e esta foi a primeira vez que viu uma postagem desse tipo nesse formato. Depois disso, foi feita uma postagem explicando o que ocorreu. A *live* teve mais de 3 milhões de visualizações.

A entrevistada 3 também refere que viu uma postagem sobre dicas para o uso de absorventes durante o ciclo menstrual no hashtag #menstruação. Que acha interessante a postagem dar dicas sobre o que fazer quando tiver muito fluxo e quanto ao uso de chás para melhorar o desconforto e cólica (Quadro 14).

Quadro 14. Entrevistada 3 – Dicas sobre como utilizar o absorvente e uso de chás no perfil #menstruação.

Postagem	Recepção no #menstruação
	<p>“Aqui tem umas sobre absorventes, sobre ciclo menstrual. É mais sobre dicas. É que eu, particularmente, não vejo muitas destas postagens sobre menstruação. Mas sempre quando tem alguma dica, usa assim quando tu tiveres muito fluxo, eu acho interessante. Porque, às vezes, tu sais tão rápido de casa que tu nem te ligas que pode descer no meio do dia (a menstruação)” (Entrevistada 3).</p>
	<p>“Tem umas de ciclo menstrual. Também tem tipos de chás, chá de gengibre”. O que tu gostaste nesta postagem? “Eu, geralmente, tenho cólica e dor de cabeça e eu sempre tomo alguma coisa assim para ver se melhora. Também a minha avó sempre diz: toma um chazinho, alguma coisa assim, bota uma bolsa de água quente para amenizar. A gente vai pegando dicas, né”. Tu achas que estas postagens ajudam? “Eu acho que sim. Eu quando eu olho algumas coisas, eu já sei. Algumas coisas acontecem comigo, tu te identificas. Não que aquilo vá ser para ti, mas tu te identificas” (Entrevistada 3).</p>

Fonte: elaboração do autor.

A entrevistada 3 relata que durante a menstruação, geralmente, tem cólica e dor de cabeça e sempre tomo alguma coisa para ver ser melhora. Lembra também que sua avó sempre diz: “toma um chazinho, alguma coisa assim, bota uma bolsa de água quente para amenizar”. Desta forma acha que as postagens ajudam, pois

sempre vai olhando dicas, que algumas coisas acontecem com ela e ela se identifica, mesmo que aquilo não sirva diretamente. Como exemplo, refere o uso do coletor menstrual (Quadro 15).

Quadro 15. Entrevistada 3 – Dicas sobre como colocar o coletor menstrual.

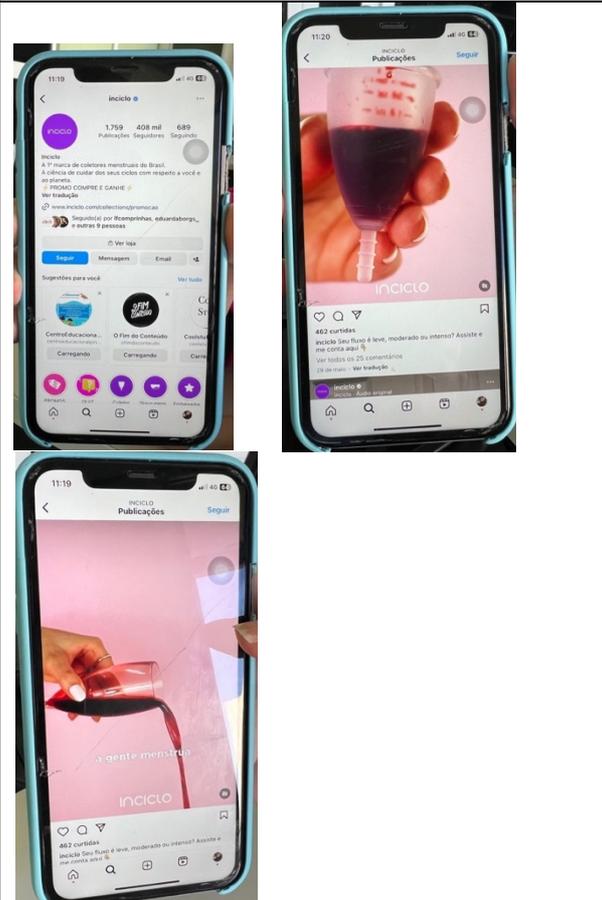
Postagem	Recepção no #menstruação
	<p>“Que nem o do coletor menstrual. Estes dias eu vi uma menina postando e eu fiquei bem interessada, porque ela estava falando que é bom, que é mais higiênico que o absorvente. Aí eu peguei e fiquei pensando. Daí estes dias uma amiga minha foi lá em casa e falou a mesma coisa. Aí eu peguei e estava procurando, até, na internet para eu comprar. Porque é melhor do que o absorvente, não tem a preocupação de assar (provocar assaduras), de dar alergia. Então eu acho que estas dicas são boas, às vezes, tu te identificas, tu ficas curiosa e quer comprar” (Entrevistada 3).</p>

Fonte: elaboração do autor.

A Entrevistada 3 ainda refere que gostou da postagem, pois não estava entendendo como era colocado o coletor e que a postagem esclareceu. Relata também que acha legal que as postagens tratam a menstruação como algo normal, por mais que se perceba que não é uma coisa confortável há uma tentativa de trazer este assunto com naturalidade.

A Entrevistada 4 relatou que o perfil "Inciclo" é um perfil que aborda temas relacionados à menstruação e à saúde sexual feminina. Destaca que o perfil realiza várias publicações sobre diversos aspectos, incluindo a diferença entre fluxos menstruais. Ela considera as postagens bastante informativas, especialmente para pessoas sem conhecimento sobre esse tema. Ela relata a percepção comum de que a menstruação é similar para todos, mas ressalta que não é assim e que a menstruação é um processo individual e único para cada mulher. A Entrevistada 4 percebe essas postagens como uma valiosa fonte de informação que incentiva a busca por diagnóstico médico caso algo não esteja normal (Quadro 16).

Quadro 16. Entrevistada 4 – Perfil Inciclo com dicas sobre coletor menstrual.

Postagem	Recepção no #menstruação
	<p>“[o perfil Inciclo] é uma rede de coletor menstrual e eles falam sobre menstruação. Eles têm várias publicações, daí tem sobre a saúde sexual feminina também, fala sobre a diferença dos fluxos. Eu acho esta postagem bem informativa, até para quem não tem conhecimento sobre como funciona os fluxos menstruais, porque eu acho, justamente, quando tu és mais nova tu achas que a menstruação de todo mundo é igual, tipo é parecida, e não é. É um processo muito único. E às vezes um fluxo muito intenso pode ser sinal de doença, pode ser algum problema sexual também, pode ser ovário policístico, endometriose. Aí eu acho que este tipo de postagem é bem informativo. E é bem bom para ter conhecimento sobre isso. Até para ver se tem alguma coisa que não é normal e procurar um médico e ter um diagnóstico” (Entrevistada 4).</p>

A entrevistada 5 citou, apenas, o perfil LábioLivres, não tendo mostrado nenhuma postagem. No período de janeiro a março de 2023, o perfil LábiosLivres teve apenas três postagens que abordavam menstruação com os temas: “menstruar dói”,

“médicos do sexo masculino não menstruam” e “uso de absorventes”. As outras postagens tratavam, em sua maioria, sobre sexualidade.

Os resultados apresentados até aqui revelam a produção de sentido de cada entrevistada em relação a postagem de perfil que ela considerava relevante, de forma individual, permitindo contrapor a mensagem apresentada e a apropriação/decodificação pela entrevistada. Como não houve neste processo a recorrência de uma mesma postagem ou um mesmo perfil mencionado por duas ou mais entrevistadas e isso seria um dado relevante para a pesquisa, realizou-se um movimento de se reunir três postagens indicadas pelas entrevistadas (perfil menstrua, perfil pilates.rosamaria e perfil _korui_), que foram expostos ao final da segunda entrevista para todas as entrevistadas, buscando explorar o que há de comum nas convergências e divergências da produção de sentido de todas as entrevistadas em relação a essas três postagens (Quadro 17).

Quadro 17. Perfis apresentados para verificar a produção de sentidos das entrevistadas.

Perfil menstrUA	Perfil pilates.rosamaria	Perfil _korui_
 <p>09:48</p> <p>Instagram</p> <p>DISTRIBUIÇÃO DE KITS MENSTRUAIS</p> <p>DIA 05/03, AS 9H</p> <p>LOCAL: ESTRADA DO PURAQUEQUARA RAMAL 14 - VICINAL BONS AMIGOS, 16 SÍTIO DO PROFESSOR - PURAQUEQUARA</p> <p>JUNTE-SE A NÓS CONTRA A POBREZA MENSTRUAL!</p> <p>PIX: PROJETOMENSTRUUA@GMAIL.COM</p> <p>menstrUA.</p> <p>Curtido por ativismomenstrual e outras 100 pessoas</p> <p>projetomenstrua Nossa próxima ação já tem data e local marcado! Dessa vez o menstrUA vai até o Lago do Puraquequara, não somente com distribuição de absorventes, mas também roda de conversa e doação de roupas.</p>	 <p>09:49</p> <p>Instagram</p> <p>#menstruação</p> <p>pilates.rosamaria · Goiânia, Goiás...</p> <p>VOCÊ SABIA? Pilates ajuda a aliviar as cólicas menstruais.</p> <p>4 curtidas</p> <p>pilates.rosamaria Os exercícios do Pilates são importantes porque... mais</p> <p>Ver 1 comentário</p> <p>Há 40 minutos · Ver tradução</p>	 <p>08:36</p> <p>KORUI Publicações</p> <p>_korui_</p> <p>711 curtidas</p> <p>_korui_ 08 de março - Dia Internacional das Mulheres... mais</p> <p>Ver todos os 8 comentários</p> <p>andressa.samistraro eu amo essa camiseta ❤️❤️❤️</p>

A recepção e produção de sentido sobre a comunicação dessas postagens são apresentadas nos quadros abaixo.

Quadro 18. Apropriação das estudantes a partir da publicação do Projeto menstRUA.

Postagem	Recepção das interlocutoras referente a publicação do projeto menstRUA
<p>Postagem 1</p> <p>Fonte: @instagram da produtora de conteúdo</p>	<p>“Eu acho uma ação muito importante. Tem de ser mais discutida até. Porque as pessoas em situação de rua muitas vezes até são vistas como pessoas que estão ali, mas não tem esse olhar “será que esta pessoa tem acesso a isso?”, sabe. Às vezes, focam mais na questão da alimentação, mas outras questões básicas são negligenciadas. Principalmente pelas mulheres. Então eu acho que é fundamental este tipo de ação” (Entrevistada 1).</p> <p>“Esse eu acho bem legal. Distribuir kits menstruais, eu acho fundamental. Outro dia, eu fui na Faculdade de Medicina em uma reunião que estava tendo sobre saúde mental, de uma ONG da UFRGS e eles estavam comentando várias coisas. Aí uma hora eu fui no banheiro e tinha um porta-absorvente. Eu nunca tinha visto. Tipo, no banheiro da faculdade ainda. Eu achei muito curioso: por que na FAMED tem, mas tipo no Vale (Campus do Vale), no ICBS, eu não vejo nenhum destes (porta-absorvente). Estava vazio, mas só o fato de estar ali eu já achei legal, sabe.” Eu falei com outras estudantes da tua idade e elas disseram que sempre tem absorventes disponíveis ali. Disseram que as próprias mulheres que estão no andar se organizam. “Nossa, que legal. Porque no Vale (Campus do Vale), é inexistente, não tem isso...Eu acho essencial, porque, tipo, principalmente para a população mais vulnerável é bem primordial, porque imagina uma mulher que está na rua já há muito tempo (moradora de rua) e sem recurso nenhum, às vezes, não tem dinheiro nem para comer, imagina para comprar um absorvente que, às vezes, é muito caro. E além da cólica e tudo mais, tipo, todo o constrangimento que causa, porque onde ela vai colocar este absorvente, no meio da rua? Sabe, eu não sei, eu acho bem importante, isso deveria ser mais comum, mas acho que tem vários problemas assim da menstruação em mulheres com mais vulnerabilidade social. Justamente por não ter um local apropriado para fazer estas coisas. E ela está, assim, sendo mulher ela está suscetível a qualquer abuso e isso fica bem pesado... Acho que trata uma coisa que é comum, deveria ser comum e deveria ser primordial, todo mundo ter acesso a absorvente. É que nem aquelas distribuições de alimentos, às vezes, no Natal, que é uma data comemorativa, mas às vezes em qualquer outra data, uma coisa que deveria ser comum. Se alimentar todo dia, mesma coisa ter acesso a absorvente” (Entrevistada 2).</p> <p>“É bem legal também. Ela dá um acesso para as pessoas sobre menstruação e tudo mais. Aí entra o assunto sobre a pobreza menstrual. Tem gente que também não tem acesso a absorvente que está cada vez mais caro. Estes dias, na semana passada eu não vi em nenhum dia os absorventes no banheiro. Aí eu fiquei pensando que por mais que aqui seja um lugar, eu acho, que frequentam pessoas que têm mais poder aquisitivo para poderem comprar o absorvente, também é interessante. Às vezes, tu saís despreparada, não sabe se vai descer no dia, não pega e quando tu entras no banheiro e tem é bem interessante. Na minha escola sempre teve. E, várias vezes, eu tive colegas que não compravam e pelo menos chegavam lá e tinha. E no posto eu vejo que tem bastante. Eu acho interessante. Gostei desta postagem” (Entrevistada 3).</p>

Quadro 18. Apropriação das estudantes a partir da publicação do Projeto menstRUA (continuação).

Postagem	Recepção das interlocutoras referente a publicação do projeto menstRUA
	<p>“Eu acho ótimo. Eu sempre pensava muito sobre isso quando eu via meninas nas ruas, tipo mulheres que, infelizmente, estão em situação de rua, como que elas se preveniam nesse momento, por que é um momento até um pouco constrangedor para nós. Daí eu pensava como é que era esse processo. E o absorvente também não é tão barato assim e para quem vem de uma condição mais baixa é complicado ter acesso. Principalmente as adolescentes, para as quais é um processo vergonhoso um pouco. Acho bem legal isso aí” (Entrevistada 4).</p> <p>“Eu acho que é importante a distribuição de kits [menstruais] por que quem não tem condições nem de comprar um absorvente, isso ajuda bastante quando a mulher está, muitas vezes, se não tem esta condição, não tem a vontade de se isolar mesmo por que se sente suja. Então é importante, sim, a gente ter essas ações, são bem fundamentais mesmo” (Entrevistada 5).</p>

Fonte: elaboração do autor.

As apropriações das cinco entrevistadas têm em comum o reconhecimento da importância de se discutir e fornecer acesso a produtos relacionados à menstruação, como absorventes, especialmente para as pessoas em situação de vulnerabilidade social. Elas também destacam a falta de acesso a esses produtos em determinados locais e a necessidade de se disponibilizá-los de forma mais ampla e comum. Além disso, as entrevistadas enfatizam a relevância de se abordar e combater a pobreza menstrual, que afeta muitas mulheres e pode levar a situações constrangedoras e abusivas.

As principais diferenças entre as entrevistadas são suas experiências pessoais e perspectivas sobre o acesso a absorventes e ações relacionadas à menstruação. A Entrevistada 1 destaca a importância de discutir e fornecer mais do que apenas alimentação para pessoas em situação de rua, principalmente mulheres, que muitas vezes, têm suas necessidades básicas negligenciadas. Ela acredita que ações como a distribuição de kits menstruais são fundamentais. A Entrevistada 2 relata sua experiência em uma faculdade de medicina em que viu um porta-absorvente no banheiro, o que a deixou surpresa e curiosa sobre por que outras faculdades da universidade não oferecem esse recurso. Ela acredita que a distribuição de absorventes é essencial, especialmente para mulheres vulneráveis, como as que vivem nas ruas, que frequentemente não têm acesso a recursos financeiros para comprar absorventes. Ela também destaca o constrangimento e a vulnerabilidade que as mulheres podem enfrentar quando não têm um local adequado para lidar com a

menstruação. A Entrevistada 3 enfatiza que a distribuição de absorventes oferece acesso às pessoas sobre a menstruação e pode ajudar a combater a pobreza menstrual, quando as pessoas não têm acesso ou não podem pagar por absorventes. Ela compartilha sua experiência em uma escola em que a distribuição de absorventes era comum e como isso ajudava a garantir que as estudantes sempre tivessem acesso a esse recurso. Ela também destaca que mesmo em lugares frequentados por pessoas com mais poder aquisitivo, como onde ela trabalha, ainda é importante ter absorventes disponíveis para quem precisa deles. A Entrevistada 4 expressou sua opinião positiva sobre o assunto, afirmando que sempre pensava muito sobre o tema ao ver mulheres em situação de rua, especialmente adolescentes, que enfrentam dificuldades em se prevenir nesses momentos constrangedores. Ela ponderou sobre como seria o processo para elas e mencionou que o absorvente também não é acessível financeiramente para quem vem de uma condição mais baixa. A pessoa elogiou a iniciativa mencionada anteriormente, demonstrando aprovação por conta da importância de auxiliar essas mulheres nessa situação.

A Entrevistada 5 destacou a importância da distribuição de kits menstruais, enfatizando que essa iniciativa é crucial para aquelas que não têm condições financeiras para comprar absorventes. Ela ressaltou que essa ajuda é especialmente significativa para as mulheres que, por falta de recursos, podem se sentir incapazes de se isolar durante o período menstrual e se sentirem sujas. Portanto, a pessoa reforçou a relevância dessas ações, considerando-as fundamentais para proporcionar apoio e dignidade às mulheres em situações vulneráveis.

Para a postagem do perfil *menstruação_pilates*, as apropriações/produção de sentido das entrevistadas abordam a relação entre atividade física e a saúde feminina, incluindo questões relacionadas à dor menstrual e ao Pilates como atividade física específica. Todas as participantes compartilham informações e experiências pessoais sobre como o exercício pode ajudar na redução da dor menstrual e como a busca por informações é importante para entender como a atividade física pode beneficiar a saúde das mulheres (Quadro 19).

Quadro 19. Apropriação das estudantes diante da publicação do perfil pilates.rosamaria.

Postagem	Recepção das interlocutoras referente a publicação sobre exercícios para melhora de sintomas durante a menstruação
<p>Postagem 2</p>  <p>09:49</p> <p>Instagram</p> <p>#menstruação pilates.rosamaria · Goiânia, Goiás...</p> <p>VOCÊ SABIA? Pilates ajuda a aliviar as cólicas menstruais.</p> <p>4 curtidas</p> <p>pilates.rosamaria Os exercícios do Pilates são importantes porque... mais Ver 1 comentário Há 40 minutos · Ver tradução</p>	<p>“Eu teria um olhar mais crítico por ser de uma pessoa que faz Pilates. Então eu iria atrás para achar informações de fato, se Pilates realmente ajuda. Não sei” (Entrevistada 1).</p> <p>“Ah, esse eu acho interessante. Porque tem muita mulher que sofre com cólica. Eu tenho uma amiga que, às vezes, quando ela tem cólica ela nem consegue ir para a aula. Isto que ela faz atividade física, ela faz musculação. Mas com certeza, assim, eu acredito que outras atividades físicas possam ser mais incisivas no lance da dor. Ah, eu acho que indica que tem solução, a cólica. Porque toda mulher menstrua, vê a coisa como normal, mas, às vezes, não é tão normal assim sentir tanta dor na cólica. Eu, pelo menos, não acho. Talvez, assim, para indicar que tem solução. E, assim, sei lá, meninas mais novas que eu, talvez com menos recursos, talvez nem saibam disso. Às vezes nem sabem o que é normal, o que é cólica, às vezes sentem a dor e nem sabem dizer que é cólica. Que foi que nem aconteceu comigo na primeira vez, né. Na minha primeira menstruação. Eu tinha uma dor muito forte, mas eu não sabia dizer o que era” (Entrevistada 2).</p> <p>“Essa é mais informativa. Que nem a moça que é minha personal na academia. Eu não sei se é um estudo, mas ela sempre me fala: quando tu estás menstruada, por mais que seja um incômodo, tu estás te mexendo muito porque é desconfortável, é bom tu fazeres um exercício físico porque tu liberas, não me lembro o que ela falou, e isso faz com que tu fiques mais tranquila, que tu fiques mais relaxada. [Provavelmente endorfinas]. Pode ser. Aí, eu sempre tento fazer, por mais que eu não fique nem um pouco querendo fazer nenhum exercício físico quando eu estou menstruada. Alivia mesmo a cólica” (Entrevistada 3).</p> <p>“Ah, esse é bem legal. Eu não sabia que Pilates ajudava. Legal saber assim. Até por que eu já pensei em fazer Pilates. Talvez seja mais um dos motivos para fazer. Bem legal, bem informativa” (Entrevistada 4).</p> <p>“Esse eu não sabia. Viu, coisas novas que gente aprende. Bem legal também. Ensina uma forma do que a gente pode fazer para aliviar um pouco as dores. Então é mesmo para auxiliar as mulheres a ter modos de reduzir as dores” (Entrevistada 5).</p>

Fonte: elaboração do autor.

As principais diferenças na produção de sentidos estão relacionadas a entrevistada 1, a qual parece ser mais cética e crítica em relação a informações sobre atividades físicas, especificamente o Pilates. Ela afirma que buscaria informações para descobrir se o Pilates realmente ajuda, mas não tem certeza sobre o assunto. A entrevistada 2 está mais interessada em discutir a questão da cólica menstrual e sugere que outras atividades físicas podem ser mais eficazes do que a musculação

no alívio da dor. Ela também destaca que algumas mulheres podem não estar cientes da solução para a cólica e podem nem mesmo reconhecer a dor como tal. Enquanto a entrevistada 3 compartilha uma experiência pessoal em relação ao exercício físico durante a menstruação e como isso pode aliviar a cólica. Ela menciona uma conversa com sua treinadora pessoal, que sugere que o exercício físico pode ajudar a liberar endorfinas e proporcionar relaxamento. A Entrevistada 4 expressou entusiasmo e interesse após ouvir sobre o benefício do Pilates. Ela expressou que não sabia que o Pilates ajudava de tal forma, e achou interessante ter conhecido essa informação. Além disso, mencionou que já havia considerado a possibilidade de fazer Pilates antes e que essa nova descoberta pode ser mais um incentivo para se envolver com a prática. No geral, a pessoa considerou a conversa como agradável, enriquecedora e informativa sobre os benefícios do Pilates. A Entrevistada 5 não conhecia os benefícios do Pilates e expressou surpresa ao ouvir a informação, destacando que está sempre aprendendo coisas novas. Ela considerou a novidade muito interessante e percebeu que essa nova aprendizagem envolve uma forma de aliviar as dores. A pessoa compreendeu que a técnica em questão é voltada para auxiliar as mulheres a encontrar maneiras de reduzir as dores, o que ela considerou muito positivo e benéfico. No geral, a entrevistada 5 mostrou entusiasmo em descobrir essa nova abordagem para alívio de dores.

Para a postagem `korui_empoderamento` (Quadro 20) (`_KORUI_`, 2023), as apropriações das entrevistadas convergem para o sentido de que a postagem em questão traz uma reflexão sobre a menstruação que vai além do aspecto biológico e traz uma visão mais politizada e empoderadora da menstruação, normalizando-a e tratando-a de forma mais tranquila e usual. Elas concordam que a postagem traz uma mensagem interessante e que pode gerar reflexões sobre o assunto. As principais diferenças entre as entrevistadas são as suas percepções e interpretações sobre a postagem em questão. A Entrevistada 1 enfatiza uma visão política da menstruação, enquanto a Entrevistada 2 destaca a ideia de empoderamento e normalização da menstruação. Por outro lado, a Entrevistada 3 aponta para uma reflexão sobre a relação entre a menstruação e a gravidez, além de destacar a importância da postagem para trazer à tona essas reflexões. A Entrevistada 4 elogiou a camiseta, mas também compartilhou suas reflexões sobre a menstruação. Ela enfatizou que considera a menstruação um assunto importante, mas não apoia a romantização

desse processo, já que para a maioria das mulheres é um período difícil e complicado. A pessoa reconheceu que a menstruação é uma parte natural da vida das mulheres, mas expressou sua visão negativa em relação a ela, descrevendo-a como um processo chato, doloroso e que pode atrapalhar vários aspectos da vida, como a vida sexual, social, trabalho e estudo. Por isso, ela não se identifica muito com a ideia presente na camiseta. A Entrevistada 5 descreveu a camiseta como uma forma divertida e interessante de normalizar a menstruação e mostrar para o mundo que é algo natural. Ela elogiou a ideia, destacando que a abordagem humorística é uma maneira eficaz de lidar com um assunto inevitável. A Entrevistada 5 expressou que a mensagem transmitida pela camiseta é poderosa, ressaltando que todas as mulheres passam por esse processo e que faz parte da essência feminina. Embora reconheça que a menstruação pode ser desafiadora e que muitas prefeririam não ter que lidar com ela, ela enfatizou a importância de aceitar essa condição e entender que faz parte da vida de todas as mulheres, valorizando a mensagem da camiseta e sua abordagem divertida para tratar de um tema tão universal e relevante.

Quadro 20. Apropriação das estudantes diante da publicação do perfil _korui_.

Postagem	Recepção das interlocutoras referente a publicação no Dia Internacional da Mulher sobre empoderamento feminino
<p>Postagem 3</p>  <p>08:36</p> <p>KORUI Publicações</p> <p>_korui_</p> <p>711 curtidas</p> <p>_korui_ 08 de março - Dia Internacional das Mulheres... mais</p> <p>Ver todos os 8 comentários</p> <p>andressa.samistraro eu amo essa camiseta ❤️❤️❤️</p>	<p>“É uma lição mais política assim, na real. Uma visão. Acho que faz sentido. E é uma visão mais politizada da menstruação, mesmo” (Entrevistada 1).</p> <p>”A Eu acho bacana. É um empoderamento, assim, na minha visão. Eu acho que empoderamento serve para fortalecer várias lutas das mulheres, em vários contextos sociais. Eu acho que é tipo uma sensação de normalizar isso. [Gostei] Sim. Que empodera, normaliza, trata a menstruação de forma mais tranquila. Algo mais usual” (Entrevistada 2).</p> <p>“Eu acho interessante até. Eu acho que ela traz uma reflexão. E já puxa, porque elas trouxeram isso. Deve ser porque tua mãe menstrua, por que para acontecer, tipo, ela tem um ciclo menstrual e quando ela engravida, o ciclo menstrual não tem. Acho que isso (esta postagem) traz umas reflexões assim” (Entrevistada 3).</p> <p>“Achei bonita a camiseta. E eu acho que a menstruação, ela é muito importante. Eu não sou muito da ideia de romantizar a menstruação porque eu acho que não é tão legal assim, para a maioria das mulheres é um processo bem complicado assim. Eu sei que é necessário e faz parte de todas nós mulheres, mas é, tipo, um processo chato. Eu, graças a Deus, não tenho tanta cólica assim, mas mulheres que têm algum tipo de problema associado à menstruação passam por muita cólica, muita dor, é um processo muito chato, atrapalha a vida sexual, atrapalha a vida social, trabalho, estudo. Eu acho que é bem complicado, assim. Eu achei bonita a camiseta, mas eu não curti muito a ideia” (Entrevistada 4).</p> <p>“Bem, um modo bem divertido de mostrar para o mundo que a gente sangra e que é algo normal. Eu acho muito boa. Mostra de forma engraçada de como se tratar um assunto que não tem como fugir. [Traz a mensagem] de que todas nós passamos por isso, todas nós sangramos, todas nós menstruamos: isso é a mulher. Menstruação está aí, é importante, por mais que a gente não gostaria, se fosse algo para escolher, mas já que a gente tem e passa por isso, temos que aceitar que a gente tem esta condição e que é da vida” (Entrevistada 5).</p>

Fonte: elaboração do autor.

As entrevistadas identificam um posicionamento político de empoderamento, para o fortalecimento das várias lutas das mulheres. Ao mesmo tempo, traz uma intenção de tornar cotidiano a menstruação, transformando em algo mais natural.

4.4 As mulheres e o debate sobre a menstruação e a comunicação da menstruação

Nessa seção, é apresentado um panorama abrangente das percepções e experiências das mulheres em relação à menstruação, abrangendo diversos tópicos, desde a consideração do tabu social até as práticas de comunicação interpessoal e midiática. As participantes compartilham suas visões sobre se a menstruação é percebida como um tabu na sociedade contemporânea, explorando como o tema é abordado em diferentes formas de comunicação, como filmes, séries, jornalismo e publicidade. A discussão se expande para a esfera interpessoal, investigando como as mulheres abordam o tema no cotidiano, identificando se é um assunto aberto ou um não dito. Ao explorar a dimensão interpessoal, as participantes compartilham suas associações pessoais quando o tema da menstruação surge, focalizando o que é tematizado durante essas conversas. A troca de informações e experiências sobre menstruação é discutida, revelando o significado desse compartilhamento na vida dessas mulheres. O cenário digital também é abordado, examinando como as conversas sobre menstruação ocorrem nas redes sociais, considerando bolhas sociais, diferentes gerações e a influência de fatores como renda e formação educacional. Além disso, é examinada a influência da universidade na desconstrução do tabu em torno da menstruação. As entrevistadas compartilham experiências de desconforto ao falar sobre menstruação com pessoas fora do círculo de confiança, discutindo se a universidade é um ambiente propício para a desconstrução desse tabu. Em relação à comunicação midiática, é explorado se as mulheres recordam alguma representação positiva ou negativa recente da menstruação e como percebem as abordagens publicitárias de absorventes e coletores. Também são abordadas questões relacionadas a aplicativos para acompanhamento do ciclo menstrual, a escolha de não menstruar, a necessidade de comunicação mais aberta sobre menstruação na mídia e a influência da hormonização do corpo da mulher. A discussão desses temas proporciona uma compreensão abrangente das percepções e experiências dessas mulheres em relação à menstruação, destacando nuances importantes em sua relação com este aspecto fundamental da saúde feminina.

As mulheres pesquisadas foram provocadas a debater se consideram a menstruação um tabu na sociedade contemporânea e como observam isso na comunicação, tanto interpessoal, como na comunicação que se vê nos produtos

midiáticos de cinema, de série, de jornalismo, de publicidade. Diante disso, as respostas das participantes refletem opiniões divergentes sobre se a menstruação continua sendo um tabu na sociedade.

Algumas consideram que houve avanços na discussão sobre o tema, principalmente através das redes sociais e da internet, que têm ajudado na desconstrução desse tabu, facilitando a comunicação e promovendo o autoconhecimento das mulheres em relação ao ciclo menstrual.

“Eu acho que hoje em dia é bem menos do que já foi, do que quando eu estava no colégio. Eu trabalhei no colégio em que eu estudei e aí eu notei nos banheiros femininos que tem mais... que as gurias, que agora elas se organizam para deixar absorventes. E aí quanto eu estava lá era toda uma questão por causa dos uniformes, tinha que esconder absorvente para ir ao banheiro [trocar]. E eu acho que hoje é bem mais tranquilo. Eu percebo pelo menos. Talvez por eu ser [agora] mais velha. Mas vendo as gurias mais novas, parece assim que é mais falado sobre [menstruação]” (Participante 1).

Para outras, apesar dos avanços, o tema menstruação segue sendo um tabu.

“Eu acho que é um tabu ainda. A gente tem tido alguns avanços, assim, de aparecer um pouco mais em comerciais falando de absorventes, de coletor. Eu acho que teve alguns avanços, mas eu diria que ainda é um tabu e também se associa a esse lugar da sexualidade de alguma forma, de educação sexual. E isso é super um tabu, a gente não fala na sociedade sobre isso. Fica nesse lugar do não, não pode dizer, não dito, ah eu não sei ou até onde eu posso falar e como. O que é super prejudicial, que gera muita violência, de várias formas” (Participante 2).

No entanto, há também a preocupação de que o acesso a esses canais de comunicação não seja universal, deixando algumas pessoas sem acesso a essas discussões.

“Eu também concordo que continua sendo um tabu. Na mídia, eu ainda acho que é pouco divulgada a questão de ser uma coisa natural...[...] E por mais que tenha esses canais de comunicação, eu acho que não é todo mundo que tem acesso. E essa mídia geral que divulga mais ela não vai gerar essas discussões, eu acho. Por mais que tenha podcasts, quem é que escuta isso? Eu acho que é bem vago, bem tênue: é divulgado, mas até onde vai isso” (Participante 4).

Por outro lado, algumas participantes relataram que percebem que em seu meio social a menstruação não é mais considerada um tabu, mas reconhecem que, de maneira geral, a sociedade ainda trata esse assunto com restrições e tabus.

“Eu tenho observado uma desconstrução do tabu, principalmente com uma geração que vem depois da minha, que tenho quase quarenta [anos]. Mas principalmente com a internet, esta questão das redes sociais, dos perfis no

Instagram, nos podcasts. Eu acho que já tem um trabalho mais de comunicação, porque, antes, eu acho que era mais a mídia, sei lá, jornal, revistas, veículos mais tradicionais. E, sim, não era pautada, era tabu. Mas eu acho que agora há uma desconstrução em relação a isso, porque eu vejo muita produção de conteúdo, inclusive incentivando as mulheres a se autoconhecerem. Tipo, o quanto isto é positivo, o quanto isso trabalha questões de autoestima, de culpa, da questão do ciclo. Então eu acho que isso facilita porque a partir desta interação nas redes sociais as pessoas se sentem mais à vontade porque já é mais uma identificação: “bah, eu também sinto isso, então eu também posso ser assim”. Eu acho que isso ajuda a desconstruir o tabu. Então, eu acho que está nesse movimento de não ser mais tanto um tabu. Mas eu não sei como em lugares fora, quem não tem acesso a esses canais como isso é tratado. Por exemplo, escolas públicas, em outros lugares” (Participante 5).

Foi, então, estimulado o debate sobre como nas conversas interpessoais, especialmente com amigas, é a abordagem desse tópico em suas vidas cotidianas. E se costumam falar abertamente sobre menstruação, ou é um assunto que permanece não mencionado.

As respostas das participantes refletem uma mudança em relação à discussão sobre menstruação, indicando que em muitos círculos sociais essa conversa se tornou mais aberta e natural. Há uma percepção de que as pessoas estão mais dispostas a discutir o assunto, especialmente entre gerações mais jovens e em ambientes onde há uma atmosfera de quebra de tabus e promoção do empoderamento feminino.

“Eu até me sinto mais tranquila em relação a isso em virtude do meu posicionamento e tal. As pessoas com quem eu me relaciono, as minhas amigas, a gente é superaberta para falar sobre isso. Mas não são todas as pessoas que são assim. Então, eu ainda vejo que tem muitas pessoas que tem esta dificuldade de falar. Minha mãe é uma pessoa aberta à beça...Além de pessoas mais velhas, mais maduras, enfim, eu vejo muitos jovens, muitas meninas, assim, que têm vergonha de falar sobre menstruação. Isso é ainda um tabu. Acho que foi através da mesma amiga que eu escutava falando sobre sexualidade, sobre menstruação e eu ficava assim, meu Deus, nervosa. E aí ela falou, “ah, eu comprei um coletor”. E eu fiquei, meu Deus, como é que é isso? Me conta mais, só por curiosidade, sabe. Foi indo aos pouquinhos” (Participante 3).

Uma das mulheres pesquisadas compartilha experiências pessoais sobre o uso do coletor menstrual e sua preferência por sua praticidade, higiene e impacto ambiental positivo. Além disso, o tema da menstruação é frequentemente discutido em seu grupo de amigas, muitas vezes compartilhando experiências e questões relacionadas à saúde menstrual.

“Inclusive, eu tenho várias amigas da UFRGS que já têm essa cabeça. Influenciei tanto, que a minha mãe já perguntou: “ah, como é que é, deixa eu ver então”. Enfim, para mim são só vantagens. E aí, eu lembro que tinha tipo

uma marca só quando eu comprei. Era só essa marca que tinha. Hoje em dia eu já vejo que tem duas ou três ali. Está aumentando [o número de marcas de coletor]. Eu acho revolucionário em questão de praticidade. É muito prático não ter de ficar trocando absorventes ali várias vezes ao dia. Eu, praticamente, troco só no banho, uma vez por dia. Além de praticidade, é muito mais higiênico. Um negócio que tu tiras, tu esterilizas, guardas e aí está pronto. E, outra questão, é a ambiental. Dura horrores, dura, sei lá, quatro anos. E eu ainda comprei um kit em que eram dois e eu vou intercalando. Acho que vão durar uns seis anos. Então é isso: praticidade, higiene e meio ambiente. Muito mais sustentável. [...] Ah, eu acho que hoje em dia tem se criado esta atmosfera, desse momento de falar sobre as coisas, botar na mesa. Ah, as mulheres têm mais voz, todas as questões, todas as causas que estão sendo colocadas, assim, em destaque e muitos tabus sendo quebrados. Tentando, uma tentativa de que sejam [quebrados]. Então é isso, eu estou inserida nessa época, em que o coletivo se move para isso. Eu acho que não sou eu sozinha que quebrei o tabu, mas eu sinto que o meu meio está inserido nisso. Acho que é o contexto” (Participante 3).

Para outras participantes do grupo, contudo, nas conversas cotidianas, em relação a com o que se associa quando falam sobre menstruação no dia a dia, sobre o que é tematizado, a menstruação frequentemente é ainda associada a dor, desconforto físico e emocional.

“Para mim, geralmente, está atrelado a dor ou a algum incômodo. Algo sobre o que você está mal. Sempre está atrelado a isso, ao desconforto” (Participante 2).

“E esse desconforto sendo físico ou emocional. Porque aí é meio como seria: como eu estou me sentindo hoje? E aí eu vou olhar onde eu me situo no ciclo. A gente sempre vê isso nas conversas” (Participante 5).

“[Para mim] também é sempre dor ou desconforto tanto emocional quanto a dor física” (Participante 4).

No entanto, as percepções mudaram para uma das mulheres pesquisadas, que agora vê a menstruação como parte da energia feminina e do universo feminino, uma conexão ancestral que deve ser honrada. O foco das discussões está frequentemente ligado ao estado de ânimo e ao ciclo menstrual.

“E, eu acho que a minha visão mudou um pouco a partir do momento em que eu comecei a pensar em outros aspectos que vão além do menstruar, que é a coisa da energia feminina, que é do universo feminino, que é coisa ancestral. Daí a gente entra em outras pautas. E aprendi não a romantizar isso, mas, tipo, honrar isso. De ser algo que é nosso. E aí eu acho que eu passei a ser bem mais tranquila em relação a isso” (Participante 3).

Posições convergentes foram identificadas em relação a ser a universidade um ambiente favorável para a desconstrução do tabu em relação à menstruação. Elas observam que nas instituições de ensino superior públicas, como a UFRGS, a

abertura para discutir esse tema é mais evidente, especialmente entre estudantes de Ciências Humanas, devido às trocas e circulação de informações que ocorrem nesse contexto. Evidenciam também a diferença nas percepções e experiências, comparando com suas vivências anteriores em escolas do ensino fundamental e médio, onde o tema não era abordado da mesma maneira.

“Eu acho que é pelas trocas e pela circulação. Por exemplo, quando eu fui estudar [Ciências] Humanas, no Campus do Vale, eu via uma predisposição maior das próprias questões cíclicas vinculadas com a natureza da mulher e não como uma informação pronta que a gente recebeu na educação infantil. Também lembro que quando eu fiquei menstruada com 13 anos, eu estava na escola e o assunto com as colegas era o início da sexualidade porque tu ficaste menstruada. Então era muito vinculado não a tu conhecer o ciclo, mas, bom, agora eu vou precisar ir ao ginecologista para, tipo, ganhar pílula, para não engravidar, mas isso não com uma preocupação com a saúde como um todo da mulher, mas muito, assim, tipo se agora você está menstruando, você vai poder engravidar ou ter uma vida sexual. Isso foi como aconteceu comigo na minha adolescência, com 13 anos. E, realmente, na universidade, conhecendo outras meninas, com outras vivências, vindo, também, de outros lugares, porque eu acho que vindo de uma cidade do interior, [menstruação] é mais tabu” (Participante 5).

Experiências semelhantes à associação da menstruação com sexualidade e contraceptivos na adolescência foram relatadas. Olhando para trás, sentem que essa associação foi triste e limitadora, pois associou a menstruação apenas à reprodução, ignorando a complexidade dos ciclos e do corpo feminino. Com o passar dos anos e a oportunidade de dialogar com outras mulheres, perceberam a importância de discutir o assunto para desfazer tabus e mudar a perspectiva, agora considerando a menstruação como algo natural e até empoderador.

“A gente aprendeu a não gostar de menstruar. Quando eu menstruei pela primeira vez, comentei com a minha mãe e ela disse “que droga, o que faremos”. E por muito tempo eu tinha esse pensamento, de “ai, vou ficar menstruada”. E hoje em dia eu tenho isso cada vez mais como uma coisa quase que assim, me fortalece. Eu tenho gostado [de menstruar]. Uma vez eu vi uma pessoa falando super entendida que “o ciclo está te renovando” e eu pensei como é que alguém pode gostar. E agora, eu acho que cada vez mais eu tenho esse pensamento assim: que é natural, que não me é como eu tinha de ser horrível. Eu acho muito, como eu comentei, que eu passei a usar o coletor, então, passei a achar menos nojento. E eu acho que uma coisa que era ruim agora está se tornando natural. Não uma coisa boa, maravilhosa, mas natural. E eu acho que são superimportantes estas conversas” (Participante 3).

Ao longo do crescimento, as participantes relatam que superaram a vergonha de falar sobre menstruação, sendo influenciadas por amigas e pela presença de

influenciadoras nas redes sociais que encorajavam o diálogo. No entanto, percebem que o tema ainda é um tabu nas mídias tradicionais, com comentários negativos em algumas situações. Elas mencionam exemplos de representações positivas, como o documentário "Absorvendo o Tabu" e a campanha da marca Pantys para homens trans.

“Eu olhei aquele documentário da Netflix, 'Absorvendo o tabu', que é bem de sair do nosso lugar, que é lá na Índia, que tem até uma questão da mulher quando menstrua ela não pode participar de algumas coisas, até por questões religiosas, de cultura, ela tem de ficar isolada. E lá também é um país muito pobre e ter acesso a absorvente é uma coisa bem difícil. Então isso foi bem “abridor” de olhos. Uma coisa legal também foi quando a Pantys, que é aquela marca de absorventes fez uma campanha quando lançou cueca absorvente para homens trans. Eu achei isso bem legal, achei bem importante falar sobre isso. Que também, eu acho, não é uma coisa que se fala” (Participante 1).

A participante 1, refere que "Meninas da Mandala Lunar", perfil do Instagram, promove o autoconhecimento e a conexão dos ciclos menstruais com os ciclos naturais, ajudando as mulheres a aceitarem e relaxarem durante a menstruação. Ela também associa essa busca por liberdade aos nomes de marcas de absorventes, como "Carefree" e "Sempre Livre".

“Eu acompanhei muito um grupo que é “Meninas da mandala lunar”, que elas têm uma comunicação. Tem um perfil no Instagram e elas vendem as mandalas, que são umas agendas e aí tem um processo bem educativo, no sentido de autoconhecimento e de associar os ciclos com os ciclos da natureza. E eu acho que isso com certeza ajudou as mulheres a ficarem muito mais..., além de se conhecerem, aceitarem e descansarem e não ficarem sempre tensa ou ansiosa ou aceitarem o desconforto da menstruação, mas soltarem esse desconforto. Eu acho que é uma coisa dos últimos tempos que eu tenho acompanhado que eu acho que liberta, mas também associo o nome do Carefree que é o absorvente pequeno com o Sempre Livre, que são os nomes dos absorventes que associam à liberdade. Só que, por que isso?” (Participante 5).

Uma das participantes já utilizou aplicativos para acompanhar o ciclo menstrual, e mencionou perfis no Instagram que abordam o tema, como "Meninas da Mandala Lunar" e influenciadoras como Marcela McGowan e Hana Kahlil. No entanto, a maioria concorda que a comunicação midiática sobre menstruação é limitada e frequentemente vinculada à venda de produtos, como calcinhas absorventes ou coletores menstruais, com pouca ênfase na conscientização e entendimento do assunto. Isso também leva em consideração a limitação de acesso a esses produtos devido à pobreza menstrual.

Na discussão sobre publicidade de absorventes e coletores menstruais, as entrevistadas notam diferenças na abordagem. As propagandas de absorventes frequentemente enfatizam a higiene e a limpeza, com uso de líquido azul, enquanto os coletores menstruais tendem a ter uma linguagem mais próxima à natureza e podem refletir uma desconstrução mais presente entre as pessoas que os utilizam. Além disso, a conversa aborda a relação complexa entre ginecologia, saúde da mulher e medicalização do corpo feminino, destacando a pressão para medicalizar os corpos desde a primeira menstruação e a influência do sistema na construção das representações e expectativas em torno da menstruação e da sexualidade.

“... eu ia voltar como a gente relaciona menstruação, a você começar a menstruar, a você ter de ir a um ginecologista e o que acontece com muita frequência, com muitas meninas logo que menstruam é vamos já pensar em um método anticoncepcional, tipo vamos lá ou pílula ou...A primeira vez que eu fui a um ginecologista, na primeira vez que eu menstruei, eu saí de lá com uma caixinha de injeção, não lembro se era a injeção ou se era só a receita, mas tinha três possibilidades de anticoncepção, que era a pílula, a injeção de um mês e a injeção de três meses. Eu tinha 13 anos, e eu não era hetero [heterossexual]. É isso você pressupõe a heterossexualidade compulsória, que é óbvio que você está correndo perigo de [engravidar] e a gente tem de medicalizar esse corpo. Por que como assim vai ficar sem ser medicalizada? Não dá. Mas enfim, eu sou suspeita para falar porque essa temática da saúde da mulher e da ginecologia me interessa bastante” (Participante 2).

A maioria das mulheres pesquisadas compartilha suas experiências em relação à menstruação. Mas uma delas expressa um incômodo considerável devido ao fluxo intenso e à dor associada, enquanto outras têm uma relação mais tranquila, porém sem amar ou odiar a menstruação. O uso de métodos contraceptivos afeta a experiência de algumas delas, e sentimentos como tristeza e irritação durante a TPM são comuns. A compreensão do ciclo menstrual e a comunicação aberta sobre seus sentimentos ajudaram algumas a lidar melhor com as mudanças emocionais. Foi destacado que, apesar de ser natural, a menstruação é vivenciada de maneiras diversas e pode ser influenciada por fatores físicos e emocionais.

“Eu não tenho problema com menstruar também. O meu sofrimento, meu desconforto, ele é muito mais emocional, psíquico. Mas eu acho que eu consegui entender como eu funciono e eu aceito, eu não sofro mais tanto, eu aceito e sei que vai passar. Daí eu já consigo já comunicar as pessoas, tipo “gente, hoje eu estou irritada, eu estou raivosa, mas eu vou falar, ser meio grossa”. Porque quem mora contigo é afetado diretamente, porque lá vem as patadas. Ou vou ficar super cheirosa. E eu aceito, não escondo mais isso. Porque o tabu estava no me esconder. Bah, tu não sabes explicar, não sabe explicar de onde vem. Depois que eu consegui entender esse ciclo, eu acho que é isso, entender o ciclo tem esse alívio. Tipo é natural e é bom já comunicar as pessoas que assim não vai ter tanto conflito e tu aceita que é

bom menstruar, que é normal. Mas claro, eu não consigo dimensionar a dor, de ter um fluxo grande, de tem o que passa pela questão física, eu não tenho esta experiência” (Participante 5).

As mulheres pesquisadas destacam a importância de uma comunicação mais aberta e abrangente sobre a menstruação, incluindo a necessidade de políticas públicas que reconheçam e validem os desconfortos físicos e emocionais associados ao ciclo menstrual. Elas enfatizam a relevância da educação sexual abrangente, que vá além da simples informação biológica, para incluir uma compreensão mais profunda do corpo da mulher e de seu funcionamento. A ideia de políticas públicas e formação multidisciplinar é mencionada para abordar questões relacionadas à menstruação e à saúde das mulheres de maneira mais abrangente e inclusiva.

“Políticas públicas. Eu acho que o estado tem um papel. Faz parte também. Pode ser uma política pública de saúde, também não está dissociado de uma educação sexual de ser construída. De ter profissionais formadas no assunto, abertas para ver outras possibilidades. Também descolado do campo médico, pessoas de outras áreas, uma construção multidisciplinar. Mas outras perspectivas, várias juntas ...para resolver. Por que é um problema de fato, a gente não poder falar de educação sexual como falar de menstruação. Ou falar desse corpo que é o corpo da mulher. Ou quando falar como falar e para que falar. A mulher depois dos 40 anos tem toda essa questão desse corpo que acabou de reproduzir então era isso, já não serve mais para nada, está na menopausa...e o pós-menopausa. As mulheres seguem existindo no pós-menopausa. Mas que visibilidade essas mulheres têm? Para mim fica muito evidente como a gente trata esse corpo muito numa perspectiva de reprodução. Você começa a medicar ele logo no início da menstruação pensando no início da reprodução e daí no final, depois que ele para de se reproduzir, ele desaparece. Por que é para isso que ele está ali” (Participante 2).

As mulheres pesquisadas ressaltam a importância de acolhimento, informação e educação desde cedo sobre a menstruação, tanto para adolescentes quanto para pessoas de todas as idades. Elas enfatizam a necessidade de normalizar a conversa sobre o tema, desmistificando tabus e vergonhas associadas à menstruação. Aconselham uma abordagem mais aberta e empática, onde informações relevantes sejam compartilhadas sem estigmatização. Além disso, apontam a responsabilidade dos profissionais de saúde, especialmente ginecologistas, em proporcionar uma visão menos medicalizada, dando espaço para escolhas informadas e respeitando a autonomia das mulheres em relação ao próprio corpo e saúde. Este aspecto foi legitimado pelo grupo com argumentos como:

“Acho que tem esse espaço de acolhimento, de tentar naturalizar, de escutar. Ser espaço de escuta para essa pessoa falar e tirar dúvida. Porque, às vezes, é isso, a gente tem muitas dúvidas e não se tem um espaço para se falar. Porque não pode falar disso, não pode perguntar direito. E eu fico pensando também que chamar atenção de que está tudo bem com este corpo menstruado, que está tudo bem menstruar. E que não necessariamente isso precisa ser tratado. Não precisa ser medicalizado. Porque o que eu tenho escutado nos últimos tempos de mulheres que eu conheço que foram na primeira menstruação ao ginecologista e passaram 15, 20 anos tomando anticoncepcional, sem nunca ter questionado isso. Isso é muito recorrente. Eu acho que é o caso de muitas mulheres. Por que isso foi recomendado, tem esse lugar da autoridade médica dizendo que é interessante se medicalizar e isso acontece que as pessoas se hormonizam sem ter um cuidado situacional com aquilo: será que precisa mesmo? Eu chamaria atenção para esse lugar: está tudo bem, não necessariamente precisa ser medicado. Não que em alguns casos não possa. Não é botar a medicalização em lugar horrível. É mediante a necessidade. Ter esse cuidado que não é todo mundo, não é assim, a rodo, que você precisa hormonizar mulheres” (Participante 2).

“Acho que não foi pensado nas mulheres exatamente. Começa a menstruar dos 9 anos, é uma criança ainda. Então, porque tem que pensar que ela pode engravidar. Então, porque não fala com essa criança. Se ela, realmente, vai começar a vida sexual, se ela é hetero ou não. Não leva em conta a criança, a mulher. Então, é acolher, é ouvir. É falar está tudo bem. Se precisar, levar a um ginecologista, mas não induzir a tomar hormônio sem a pessoa se conhecer também, sem saber o que é essa situação, o que significa, tudo que abrange o corpo. Por que não é só sobre não engravidar” (Participante 4).

“Isso sobre anticoncepcional lembra que sempre a partir do momento que tu menstruas, enfim, tem essa ideia de início de vida sexual, começa um terror sobre gravidez. E, às vezes, esse terror, ele atinge níveis muito altos. As pessoas ficam muito paranoicas de engravidar. Por causa disso, por que desde o início eles estão te dizendo “tem que tomar isso aqui”. Tu induzes a sexualidade, às vezes, numa criança. Ela pensa, menstruei, agora sou adulta. Menstruei, sou uma mulher” (Participante 1).

“Eu vejo muito recente, que aí entra nessa troca entre as amigas de pedir de indicação de ginecologista, vou dizer, humanizada. Que está preocupada com uma outra educação. E não essa super medicalizada. Por que aí entra essa questão também, que eu questiono a própria faculdade de medicina: tu vais no consultório médico e está cheio de panfletos, amostra grátis de coisas. Então tem um sistema ali de mercado por trás disso, é óbvio. Claro é opção ética do médico, da médica de querer estar ali vendendo. Eu tenho um relato bem positivo da minha ginecologista, que me disse: “Li, eu ganho dinheiro colocando DIU, mas eu vou conversar contigo e é tu que tens que escolher”. E a gente não colocou. Mas isso é bem recente trocando com amigas, que o normal não era isso, era todo mundo oprimido no consultório médico. Então, eu não sei como a comunicação, ela pode..., se a sociedade demanda uma outra postura dos médicos” (Participante 5).

“Eu tenho uma experiência com isso que é quando eu comecei a namorar, a minha mãe me levou lá no consultório, falou ela começou a namorar e precisa de uma consulta médica e saiu do consultório. Ficou eu e a médica e eu: “é eu faço sexo agora...eu tenho que tomar remédio então, né”. Ela prescreveu dois ou três e eu nem sabia direito. Eu lembro dela não me explicar direito. Eu saí de lá e ‘tá beleza, tenho que comprar”. Eu nem sabia direito o que isso me causasse, efeitos colaterais. E eu ficava com vergonha de perguntar, não sabia se ela iria me xingar. Então, é isso” (Participante 3).

A educação sobre menstruação e sexualidade nas escolas é identificada como uma grande lacuna. As participantes destacam que a abordagem é mínima e muitas vezes limitada a aspectos básicos de anatomia e reprodução, sem abordar adequadamente a menstruação como um processo natural e as várias opções de prevenção de gravidez. Existe uma preocupação com a falta de informação em várias instituições, incluindo a família, escola e campo médico, e enfatizam a necessidade de uma abordagem mais profunda e informativa em todos esses espaços.

4.5 Resultados e interpretação

Quanto a como a menstruação é vivida pelas mulheres pesquisadas (18-25 anos, baixa renda, alta escolaridade), os relatos apontam uma variedade de visões e seu consumo midiático sobre essa questão no Instagram. Algumas entrevistadas descreveram o ciclo menstrual como uma parte natural e comum da vida feminina, caracterizando-o como um momento de eliminação de tecido e sangue. No entanto, diferentes aspectos também foram evidenciados: uma participante admitiu nunca ter ponderado profundamente sobre o assunto, enquanto outras expressaram sentimentos contraditórios em relação à menstruação, alternando entre sentimentos de tranquilidade e desconforto. Um dos relatos destacou uma evolução positiva na capacidade de lidar com o processo ao longo do tempo, contrastando com uma experiência caracterizada por fortes cólicas, inchaço e a necessidade de medicamentos para aliviar a dor. Essas narrativas evidenciam a diversidade de sentimentos e percepções em torno da experiência menstrual. Os resultados apontam para uma aparente tendência à naturalização da menstruação, embora as participantes tenham relatado, igualmente, sintomas e situações predominantemente negativos associados ao período, como cólicas, alterações de humor, tristeza, apetite variável e inchaço.

É importante ressaltar que as características demográficas mudaram e, por exemplo, a expectativa de vida das mulheres mais do que dobrou desde o início do século XX (GAPMINDER, 2022). Consequentemente, o número de ciclos durante a vida de cada mulher também aumentou consideravelmente, mais do que dobrando no último século (JARRELL, 2018; CRITCHLEY *et al.*, 2020). Desse modo, a frequência dos sintomas negativos que ocorrem durante o ciclo menstrual também aumenta.

O movimento feminista do início do século XX impulsionou um importante empoderamento feminino, questionando criticamente os papéis de gênero estabelecidos. Isso incluiu uma análise e questionamento da representação das mulheres que menstruam, desafiando os estereótipos difundidos pela sociedade e pela mídia. Esforços colaborativos visam dismantlar os mitos e tabus associados à menstruação, buscando mudanças e uma reavaliação dos discursos estabelecidos sobre esse ciclo (ALCÂNTARA; TORRES, 2020). Essa luta visa resgatar a valorização das experiências corporais desvalorizadas pelo sistema patriarcal, o qual associa a menstruação a conceitos distorcidos de sujeira e medo. Desafiar essa perspectiva envolve romper com a visão estigmatizada, permitindo uma reavaliação crítica sobre o papel e a representação da menstruação na sociedade. Assim, a mudança da narrativa em torno da menstruação é um desafio significativo na reconstrução de conceitos sociais arraigados, almejando uma perspectiva mais inclusiva e respeitosa para todos os envolvidos.

No grupo de discussão sobre menstruação, as palavras citadas relacionadas à menstruação foram “hormônio”, “ciclo”, “limpeza”. As opiniões das participantes demonstram divergências quanto à persistência do tabu em torno da menstruação na sociedade. Alguns argumentam que houve progressos na abordagem do assunto, sobretudo com a chegada da internet e das redes sociais, que têm desempenhado um papel fundamental na desconstrução desse tabu, facilitando a comunicação e promovendo a conscientização das mulheres em relação ao seu ciclo menstrual.

Dessa forma, diante do objetivo de análise como a menstruação é vivida pelas mulheres, os resultados apontam dois aspectos:

1. a vivência da menstruação é precedida por informações em relação a isso, que não são, contudo, bem claras. O tema parece não ser um tabu, e é possível acesso à informação sobre menstruação, que é escassa, mas que já as prepara para como vai ser;

No contexto brasileiro, a escassez de orientações sobre o ciclo menstrual normal em documentos oficiais do Ministério da Saúde e das Secretarias Estaduais revela uma tendência preocupante de foco excessivo nos aspectos patológicos da menstruação, como amenorreia, abortamento e sangramento uterino anormal (BRASIL, 2010b; 2016b; GONÇALVES; AGOSTINHO; KATZ, 2017). A ausência de informações formais sobre os aspectos fisiológicos, naturais, do ciclo menstrual

contribui para a perpetuação de uma compreensão limitada e distorcida sobre esse fenômeno entre a população. De modo semelhante, apesar do Serviço de Saúde Nacional (NHS) do Reino Unido oferecer informações online sobre o ciclo menstrual, esses materiais parecem excessivamente técnicos e complexos, possivelmente intimidando um público menos instruído, o que limita seu acesso a conhecimentos cruciais sobre sua saúde menstrual (N.H.S., 2020).

Enquanto organizações internacionais, como o Fundo de Emergência Internacional das Nações Unidas para a Infância (UNICEF) e o Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA), destacam a importância dos direitos humanos relacionados à menstruação, enfatizando a conexão intrínseca entre a dignidade humana e a gestão adequada da menstruação, ainda há lacunas significativas em políticas públicas para diminuir a desigualdade de gênero, especialmente no que se refere à pobreza menstrual (O.M.S., 2017; ASSAD, 2021; U.N.F.P.A., 2022). A falta de acesso a saneamento básico e água potável, especialmente em regiões menos desenvolvidas, exacerba os desafios enfrentados por mulheres, meninas, homens transgêneros e pessoas não binárias que menstruam. Embora tenha havido uma crescente atenção à saúde menstrual, tanto em âmbito internacional quanto nacional, há uma carência de monitoramento adequado e falta de medidas validadas para orientar esse acompanhamento, ressaltando a necessidade premente de políticas mais abrangentes e eficazes para abordar as lacunas na compreensão, acesso e gestão da saúde menstrual.

2. a vivência sobre menstruação é relatada como acontecendo com naturalidade. Isto aparece, contudo, de forma ambivalente, pois em parte elas dizem que é natural e que não causa problemas. De outra parte, é reiterado que causa, sim, problemas de diversas ordens.

A menstruação, um fenômeno fisiológico que ocorre no corpo das mulheres, pode ser avaliada sob a perspectiva de quatro principais indicadores. Esses marcadores-chave incluem a frequência dos episódios de sangramento, a regularidade ou previsibilidade desses episódios, a duração dos episódios de sangramento e a quantidade ou intensidade do fluxo menstrual. É relevante observar que até 30% das mulheres podem experimentar variações em um ou mais desses aspectos, o que aponta para a possibilidade de um ciclo menstrual considerado

anormal (CRITCHLEY *et al.*, 2020). À medida que as mulheres ganham mais acesso à educação, participam mais do mercado de trabalho e obtêm cuidados de saúde, o estigma em torno da menstruação começa a diminuir, refletindo a progressão em direção à igualdade de gênero. Esta evolução mostra como a atitude em relação à menstruação pode ser um indicador do avanço social e da equidade de gênero (MAYBIN; CRITCHLEY, 2015).

Promover a saúde e o bem-estar de mulheres e de homens envolve o desenvolvimento de uma compreensão mais profunda dos ciclos menstruais e da saúde menstrual em geral. Essa compreensão aprofundada pode ser alcançada através da implementação de programas abrangentes de educação em saúde menstrual, que visam informar as pessoas sobre os aspectos variados do ciclo menstrual, seus fatores de influência e as implicações para a saúde. Além disso, é igualmente importante aprimorar a comunicação em saúde, criando um ambiente onde as pessoas se sintam à vontade para discutir abertamente questões relacionadas à menstruação, diminuindo assim o estigma e aumentando a conscientização sobre esse tema crucial (CRITCHLEY *et al.*, 2020).

Os estereótipos de feminilidade continuam a ser uma questão relevante e preocupante na sociedade atual, perpetuando-se através da padronização da maneira como a menstruação deve ser vivenciada. Essa padronização, embora não seja essencial nem natural, é frequentemente reforçada por normas sociais, culturais e até mesmo comerciais. A visão tradicional da menstruação como algo sujo, constrangedor ou inapropriado contribui para a subalternização das mulheres que menstruam. Esse padrão de pensamento é regido por uma lógica excludente, criando expectativas irrealistas e inatingíveis que idealizam corpos femininos como sempre belos, limpos e perfeitos, que resulta na invisibilidade dos corpos menstruados na sociedade, fazendo com que "as mulheres não apareçam onde deveriam" (HARAWAY, 2004).

As mídias sociais e a publicidade desempenham um papel significativo na perpetuação desse ideal de mulher perfeita, mesmo durante o período menstrual. Muitas vezes, as mulheres são retratadas como discretas, sem deixar transparecer visualmente os sinais naturais da menstruação. A mulher deve manter uma imagem de "limpeza" e discrição, mesmo quando confrontada com a presença do sangue uterino (ALCÂNTARA; TORRES, 2020). Essa expectativa pode criar uma pressão

esmagadora para que as mulheres ocultem sua menstruação e a própria realidade que ela representa.

Recentemente, houve um aumento na discussão em torno da menstruação, enfatizando a necessidade de abordar a dignidade menstrual no ensino básico, revelando lacunas no conhecimento e na falta de recursos e infraestrutura (WILLIG; SCHMIDT, 2022). Em 2022, a questão do acesso a absorventes e produtos de higiene menstrual ganhou destaque em notícias e mídias sociais (U.N.F.P.A., 2021; PINHEIRO, 2022; SZABATURA, 2022). Jovens brasileiras têm buscado soluções de baixo custo para a produção de produtos menstruais (PINHEIRO, 2022). Na Câmara dos Deputados Federais, o Projeto de Lei 6784/2016 foi apresentado, propondo a inclusão de licença durante o período menstrual (BRASIL, 2016a). No entanto, os estudos sobre a saúde da mulher e, especificamente, sobre a menstruação, na área da Comunicação no Brasil, ainda são incipientes (OLIVEIRA, 2008; YAMAMOTO, 2011; DINIZ, 2012; LANGEBECKER *et al.*, 2019; FORNARI *et al.*, 2021; PINHEIRO, 2022; WILLIG; SCHMIDT, 2022).

Quanto a forma como a menstruação é tematizada pelas narrativas de comunicação e saúde e do Instagram, a partir do consumo midiático das mulheres pesquisadas no cenário brasileiro de 2023, observou-se que os perfis referidos pelas entrevistadas e sujeitos de investigação, englobam predominantemente conteúdos de natureza informativa e funcional relacionados ao manejo da menstruação. Esses conteúdos variam desde orientações práticas sobre o uso de diferentes tipos de produtos menstruais, como absorventes e coletores, até relatos de experiências pessoais das próprias criadoras de conteúdo e de seguidoras sobre como encarar a menstruação. Além disso, esses perfis também oferecem sugestões para aliviar os sintomas menstruais, incluindo a recomendação de chás, práticas de Pilates e atividade física.

A influência social da menstruação parece superar sua representação nos meios de comunicação e nas mídias sociais (DAMASCENO; MENON; XAVIER, 2022; DAMASCENO; XAVIER, 2022; SZABATURA, 2022). Apesar de ter uma visibilidade crescente, o tema continua envolto de mistérios, tabus e limitações ao universo feminino (TRAVASSOS *et al.*, 2002; OLIVEIRA, 2008; OLIVEIRA *et al.*, 2009; DINIZ, 2012; LANGEBECKER *et al.*, 2019; U.N.F.P.A., 2021; ALVES, 2022). A abordagem do impacto do ciclo menstrual na vida das mulheres tem sido incipiente, ocorrendo

principalmente em espaços virtuais (grupos do Facebook, perfis de Instagram) e presenciais (oficinas, círculos de mulheres) (FELITTI, 2016). Esta falta de representatividade das mulheres afetadas pelas demandas menstruais levanta questões sobre a identidade de gênero, a interpretação da feminilidade e o enquadramento rígido em categorias binárias de gênero (SCUDELLER; ROCHA; NEVES, 2023). Além disso, a mídia tende a estimular a medicalização da menstruação, retratando-a mais como um problema a ser resolvido com medicamentos, enquanto, na realidade, se trata de um processo natural do ciclo vital feminino (CHRISLER; LEVY, 1990; SEALE, 2003; CASTILHOS; ALMEIDA, 2020). Este enfoque dos meios de comunicação contribui para a percepção equivocada dos estados naturais do ciclo menstrual como problemas, em vez de reconhecê-los como eventos naturais.

A diversidade de fontes que contribuem para esse cenário é notável, abrangendo perfis pessoais de indivíduos, profissionais de saúde, influenciadoras e páginas pertencentes a marcas de produtos menstruais, como absorventes e coletores menstruais. Esse ecossistema diversificado de criadores de conteúdo e fontes confere uma multiplicidade de perspectivas e abordagens, tornando as informações e a educação sobre a menstruação mais acessíveis e envolventes para o público em geral. Esse contexto de comunicação e compartilhamento nas redes sociais desempenha um papel crucial na desconstrução do estigma da menstruação e na promoção de um diálogo aberto e saudável sobre essa parte natural da vida das mulheres.

Recentemente, Matos (2023) investigou como as mulheres são globalmente submetidas a formas de controle sobre seus corpos e à restrição de seus direitos reprodutivos. Em meio a um aumento de desafios para o avanço dos direitos das mulheres, incluindo a recente revogação do caso *Roe v. Wade* nos Estados Unidos, os direitos de saúde sexual e reprodutiva estão no centro das conversas sobre o avanço da igualdade de gênero (MATOS, 2023). Compreender como as comunicações são usadas estrategicamente para moldar políticas permitirá entender como os discursos sobre sexualidade e saúde reprodutiva se desenvolvem na esfera pública. Entre os desafios contemporâneos da comunicação, inclui-se a proliferação de desinformação sobre os direitos e saúde das mulheres. As complexidades da relação entre saúde das mulheres, comunicação e desenvolvimento contribuem para

os campos do desenvolvimento, comunicação em saúde e estudos de gênero, avançando o debate sobre o papel das diversas organizações feministas, incluindo organizações não governamentais, na defesa dos direitos das mulheres.

No que tange a mapear a presença/circulação da menstruação no consumo midiático (de redes sociais digitais – Instagram) das mulheres pesquisadas (diante da oferta de publicações sobre menstruação e verificar quais são consumidas), por exemplo, foram manifestados acessos a conteúdos sobre menstruação no Instagram através de perfis pessoais e de marcas. Quanto ao conteúdo que motiva esse consumo midiático pelas participantes de determinados perfis em detrimento de outros, foram relatadas, espontaneamente, postagens sobre a menstruação ocorrer em momento inesperado e como foi lidado com a situação; sobre alergia a absorventes; sobre o uso de chás para melhorar sintomas; sobre a inserção adequada do coletor menstrual; sobre o esquecimento do uso de contraceptivo.

Uma ética associada aos processos comunicativos atuais deve abordar uma série de elementos essenciais. É necessário examinar os métodos e processos pelos quais as notícias e conteúdos são criados e disseminados pelos meios de comunicação. Esses elementos têm o potencial de impactar diretamente a qualidade e veracidade das mensagens transmitidas. Além disso, é essencial analisar as formas de divulgação e apropriação crítica das mensagens midiáticas, com o intuito de promover uma compreensão reflexiva por parte do público. Os processos intersubjetivos também desempenham um papel crucial, pois é necessário compreender as diferentes perspectivas e pontos de vista dos atores envolvidos na comunicação. As situações comunicativas e os contextos relacionais também merecem atenção, uma vez que o uso compartilhado da linguagem pode facilitar ou dificultar o entendimento mútuo. Por fim, é essencial reconhecer o papel do interesse próprio, que pode influenciar tanto ações estratégicas contrárias ao bem coletivo quanto o engajamento discursivo dos indivíduos com seus pares, sendo um elemento central nas interações comunicativas (MARTINO; MARQUES, 2012). Diversos aspectos, assim, devem ser integrados para que a comunicação da/sobre a saúde da mulher e a menstruação seja apresentada de uma forma saudável, inclusiva e precisa, para que contribua para a promoção da saúde da mulher.

Diante da comunicação da menstruação no Instagram as práticas de recepção das mulheres apontam que há interesse das entrevistadas em postagens diretamente

relacionadas à menstruação e mostraram discernimento ao identificar conteúdo publicitário, embora seja discutível se todas as postagens não têm, de alguma forma, um aspecto publicitário. As postagens que abordam saúde e bem-estar durante a menstruação são as mais lidas, e as entrevistadas têm confiança na qualidade do conteúdo apresentado.

As diferenças nos relatos entre as entrevistadas estão relacionadas às perspectivas sobre o acesso a absorventes e ações ligadas à menstruação, bem como suas experiências pessoais na distribuição desses recursos. Todas enfatizam a importância de combater a pobreza menstrual e garantir o acesso a produtos menstruais para mulheres em situação de vulnerabilidade.

Os aspectos econômicos associados à menstruação revelam desigualdades significativas. A divisão tradicional do trabalho, que historicamente designa às mulheres o papel de cuidadoras e mantenedoras do lar, enquanto atribui aos homens as funções econômicas e políticas, contribui para a perpetuação de uma visão de inferioridade das mulheres (OKIN, 2008; CAL *et al.*, 2018). Esta estrutura se reflete nos desafios enfrentados pelas mulheres no mercado de trabalho devido a alterações menstruais, como o sangramento anormal, que podem resultar em perdas financeiras substanciais e ausências no emprego. Estudos no Reino Unido e nos Estados Unidos destacam os custos financeiros consideráveis decorrentes de problemas menstruais, evidenciando como questões fisiológicas podem impactar diretamente a estabilidade econômica das mulheres, sublinhando a necessidade de políticas e ações que abordem essas disparidades (R.C.O.G., 2014; MAYBIN; CRITCHLEY, 2015).

A esfera política recentemente focou atenção nos direitos menstruais, evidenciado pela aprovação da lei do Programa de Proteção e Promoção da Saúde Menstrual no Brasil. O veto inicial à distribuição gratuita de absorventes gerou críticas, contudo, posteriormente, a assinatura de um decreto incluiu tal distribuição para estudantes de baixa renda, mulheres em vulnerabilidade social e presidiárias. Além disso, essa iniciativa engloba campanhas educacionais em escolas públicas sobre a saúde menstrual, reconhecendo a importância da informação e educação para superar barreiras econômicas e sociais. Este movimento legislativo reflete o reconhecimento progressivo da necessidade de políticas públicas inclusivas para abordar as desigualdades relacionadas à menstruação e suas implicações socioeconômicas (ALVES, 2022; BRASIL, 2022).

Historicamente, as mulheres foram relegadas a uma posição de submissão, concebidas como um "segundo sexo", com estudos escassos sobre suas vidas e corpos, muitas vezes tratadas como extensões dos homens. É importante considerar as perspectivas antropológicas e culturais que moldam as atitudes e práticas relacionadas à menstruação (HERMOSA; MEJIA, 2015). A divisão binária dos sexos contribuiu para atribuir às mulheres uma imagem de fraqueza e inferioridade em contraste com a consideração de força dos homens, baseada em fatores biológicos (NICHOLSON, 2000). Contudo, observa-se nas publicações do Instagram um cenário onde as interlocutoras refletem sobre a menstruação, sua dimensão política e a busca pela sua normalização, questionando a construção social do tema como tabu.

A escassez de recursos para aquisição de itens menstruais e a falta de opções acessíveis de produtos comerciais para alívio da dor ainda são desafios enfrentados por muitas mulheres. Em famílias com restrições financeiras, os absorventes higiênicos comerciais são considerados artigos de luxo inacessíveis. Em contextos humanitários, as limitações no acesso a materiais impactam diretamente as experiências menstruais das mulheres (HENNEGAN *et al.*, 2019). A atenção às necessidades menstruais é crucial para a saúde global e para promover a igualdade de gênero, sendo influenciada por fatores socioculturais, estigma menstrual e definições de gênero. As restrições financeiras resultam em infraestrutura inadequada e dificultam o acesso a materiais menstruais acessíveis. A experiência menstrual engloba diversas dimensões, desde práticas menstruais até percepções, confiança, vergonha, angústia e controle de sangramento, todos contribuindo para efeitos adversos na vida de mulheres e meninas, incluindo prejuízos à saúde física e mental, bem como impactos na educação e participação social (HENNEGAN *et al.*, 2019). Essas considerações destacam a importância de abordagens abrangentes para garantir a dignidade menstrual e promover a igualdade para todas as mulheres.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência de conduzir uma pesquisa no campo da Comunicação e Saúde foi um caminho com desafios e muitos aprendizados. A primeira condição foi a posição de sujeito que ocupei: por ser homem cis que não menstrua, tive a oportunidade de aprender sobre questões relacionadas a esse fenômeno e reinterpretar minha própria experiência em um trabalho que pode servir como ponto de partida para a reflexão sobre a comunicação relacionada à saúde menstrual. Mesmo sendo médico, ginecologista, há muito tempo, não havia me dedicado ao tema com a intensidade com que me dediquei durante a realização deste mestrado. Houve um forte estranhamento na realização das primeiras entrevistas, nas quais não me senti à vontade para discutir o tema com mulheres jovens de 18 a 25 anos.

Essa pesquisa representa uma jornada de aprendizado, desafios e reflexão na intersecção entre a comunicação e a saúde menstrual. Com o andamento da pesquisa e minha participação no Grupo de Pesquisa Comunicação e Práticas Culturais, no qual se destaca a abordagem da comunicação a partir das ações dos indivíduos envolvidos no processo comunicativo, em contraponto à análise convencional de produtos midiáticos, fui adquirindo conhecimento teórico. Como pesquisador, estar em um papel de sujeito que não compartilha das experiências menstruais trouxe um aspecto único, permitindo-me aprender e reconceitualizar minha própria perspectiva e compreensão da menstruação.

A menstruação é um fenômeno profundamente complexo e multifacetado, influenciado por uma ampla gama de fatores que vão muito além das dimensões biológicas e psicossociais. As perspectivas sociais e culturais desempenham um papel crucial na forma como a menstruação é compreendida e interpretada, tornando essencial que sejam considerados não apenas os aspectos psicossociais e as funções biológicas associadas a ela, mas também as perspectivas culturais e antropológicas que moldam as atitudes e práticas relacionadas a esse fenômeno.

A ética na comunicação é essencial nesse cenário. É importante considerar os processos de produção de informações, como a qualidade e a veracidade das mensagens, bem como os modos de difusão e apropriação crítica dessas mensagens. A compreensão das diferentes perspectivas e interesses dos atores envolvidos na comunicação é fundamental. Além disso, o contexto das situações comunicativas e os contextos relacionais também são fatores a serem considerados. Como as palavras

e a linguagem são compartilhadas, é essencial promover uma compreensão mútua e um diálogo aberto entre todos os participantes.

É essencial destacar a importância das discussões sobre os direitos das mulheres e a saúde sexual e reprodutiva. Em um momento marcado por desafios significativos para o avanço desses direitos, como a revogação do caso *Roe v. Wade* nos Estados Unidos, a comunicação desempenha um papel estratégico na formação de políticas e na construção de discursos relacionados à saúde reprodutiva e sexual.

A proliferação da desinformação sobre os direitos e a saúde das mulheres representa um desafio adicional. A complexa relação entre saúde das mulheres, comunicação e desenvolvimento é central nos debates atuais. Nesse contexto, as organizações feministas desempenham um papel crucial na defesa dos direitos das mulheres e na promoção da igualdade de gênero.

Ao refletir sobre os obstáculos e os aspectos positivos da experiência, torna-se evidente a complexidade do tema. Mesmo com uma formação médica e anos de experiência como ginecologista, mergulhar tão profundamente neste tema foi uma experiência transformadora. As primeiras entrevistas foram desafiadoras, pois me deparei com a necessidade de discutir um assunto íntimo com mulheres jovens, o que me fez sentir algum desconforto. No entanto, à medida que a pesquisa avançava, minha compreensão teórica se expandia, influenciada pelas perspectivas culturais, de recepção, feministas, decoloniais e interseccionais, fornecendo uma base sólida para abordar essa temática de maneira mais aberta e inclusiva. A relevância acadêmica e o impacto social desse estudo se tornaram evidentes, não apenas no âmbito acadêmico, mas também em meus círculos pessoais e profissionais.

Ao me deparar inicialmente com um certo desconforto durante a condução das entrevistas, houve a necessidade de uma revisão na estratégia de coleta de dados. No contexto do grupo de discussão, contei com a colaboração da minha orientadora, que desempenhou o papel de mediadora. Essa revisão metodológica revelou-se essencial para a eficácia da coleta de dados, ao se optar por ter a discussão conduzida por uma mulher. A presença de uma mediadora feminina não apenas proporcionou uma dinâmica mais fluida, mas também desempenhou um papel importante ao facilitar a abordagem do tema sensível da menstruação. Uma mulher como mediadora criou um ambiente mais acolhedor, promovendo a participação aberta e aprofundada das

participantes no diálogo sobre esse aspecto intimamente ligado à experiência feminina.

Foi possível atingir os objetivos propostos: foram realizadas a análise sobre a vivência da menstruação por mulheres entre 18 e 25 anos com alta escolaridade e o mapeamento da presença e da circulação do tema “menstruação” nas redes sociais. Essa pesquisa forneceu percepções valiosas, destacando a diversidade de experiências e reflexões em relação a esse fenômeno. Além disso, foi descrito como a menstruação é tematizada nas narrativas de comunicação e saúde, se concentrando no contexto brasileiro de 2023. Foi identificada uma diversidade de abordagens e tópicos nas publicações, enriquecendo a compreensão dessa temática.

Ao mapear a presença e a circulação da menstruação nas redes sociais, especificamente no Instagram, foi possível investigar quais publicações sobre menstruação são consumidas pelas mulheres pesquisadas e como isso afeta suas percepções. Por fim, a análise aprofundada da recepção da comunicação sobre menstruação nas publicações do Instagram evidenciou como esse conteúdo é apropriado e os significados atribuídos a ele. Além disso, foi demonstrado como essa comunicação impacta diretamente a forma como as entrevistadas vivenciam a menstruação. Essas conclusões oferecem uma compreensão mais ampla e rica desse tópico complexo e multifacetado.

Os resultados principais desta pesquisa sobre a vivência da menstruação entre mulheres de 18 a 25 anos, com baixa renda e alta escolaridade, apontam para uma complexa intersecção de experiências e percepções em relação a esse fenômeno. Embora tenha sido identificado um certo grau de conhecimento prévio sobre a menstruação, as entrevistadas demonstraram uma ampla gama de atitudes em relação a esse processo biopsicossocial. Algumas descreveram a menstruação como um evento natural, tranquilo e até mesmo uma parte inevitável de tornar-se mulher, enquanto outras associaram-na a sintomas e experiências negativas, como cólicas, alterações de humor e inchaço.

Essa pesquisa aponta para diversos aspectos fundamentais no cenário atual da comunicação e saúde, especialmente no que diz respeito à menstruação e aos direitos das mulheres. A análise das representações da menstruação no Instagram revelou um ecossistema diversificado de criadores de conteúdo. Essa diversidade vai desde perfis pessoais até páginas de profissionais de saúde e marcas de produtos

menstruais. Essa multiplicidade de vozes e perspectivas torna a informação e a educação sobre a menstruação acessíveis e envolventes para um público amplo. Esse contexto de comunicação desempenha um papel vital na desconstrução do estigma associado à menstruação e na promoção de diálogos abertos e saudáveis sobre esse tema.

Foi identificado que o advento das redes sociais e da internet desempenha um papel significativo na forma como as mulheres encaram a menstruação e no combate ao tabu associado a ela. Muitas participantes notaram que as plataformas online proporcionaram um espaço para discussões abertas e empoderadoras sobre a menstruação, promovendo um diálogo saudável e a conscientização das mulheres sobre seu ciclo menstrual.

Esses resultados ressaltam a importância da educação em saúde menstrual, da desconstrução dos estereótipos que perpetuam a ideia de uma feminilidade padronizada e da promoção da aceitação das experiências menstruais das mulheres como uma parte normal e natural de suas vidas. Ao desafiar essas concepções negativas e criar um ambiente propício para a discussão aberta da menstruação, podemos contribuir para a igualdade de gênero, a saúde mental e o bem-estar das mulheres, reduzindo o estigma e os tabus que cercam esse tema crucial.

A divergência nas perspectivas pode ser vista como um reflexo das complexas normas culturais e sociais que cercam a menstruação. Em uma sociedade onde a menstruação frequentemente foi estigmatizada e considerada como algo "sujo" ou "inapropriado", algumas mulheres parecem internalizar esse estigma, enquanto outras buscam desafiar essas noções preconceituosas.

Essa pesquisa contribui para uma compreensão mais profunda das questões relacionadas à menstruação, à comunicação em saúde e aos direitos das mulheres. As implicações desses resultados alcançam campos multidisciplinares, incluindo a medicina, a comunicação em saúde e os estudos de gênero e de recepção, e ressaltam a importância de uma comunicação eficaz e inclusiva para promover a igualdade de gênero e a saúde das mulheres. Para avançar nessa área, é fundamental continuar desafiando os estereótipos e o estigma em torno da menstruação, educando e sensibilizando a sociedade para aceitar as experiências menstruais das mulheres como algo normal e natural.

O estudo sobre a presença e circulação da menstruação no consumo midiático, particularmente em redes sociais digitais como o Instagram, oferece compreensão valiosa sobre como as mulheres interagem com informações relacionadas à sua saúde reprodutiva. A análise revelou que as participantes tiveram acesso a uma variedade de conteúdos, e esses conteúdos variaram amplamente em termos de tema e abordagem. O fato de as mulheres terem compartilhado suas experiências inesperadas com a menstruação, alergias a absorventes, soluções para o alívio de sintomas, como chás, e até mesmo histórias sobre o esquecimento de contraceptivos, destaca a diversidade das informações disponíveis nas redes sociais.

A comunicação eficaz sobre a saúde da mulher e da menstruação desempenha um papel vital na promoção de uma compreensão precisa e saudável dessa parte natural da vida das mulheres. À medida que as redes sociais continuam a desempenhar um papel central na vida das pessoas, elas têm o potencial de desconstruir tabus e promover discussões abertas sobre a menstruação. Portanto, a comunicação é uma ferramenta poderosa para a educação e a conscientização, contribuindo para a promoção da saúde e para a mudança de paradigmas em relação à menstruação. Isso é essencial em um mundo que, cada vez mais, busca a igualdade de gênero e a valorização da saúde das mulheres como parte integral do bem-estar geral da sociedade.

Voltada para a análise da recepção das publicações sobre menstruação no Instagram pelas mulheres entrevistadas, esta pesquisa oferece uma visão aprofundada de como esse conteúdo é incorporado por elas, os significados que atribuem a essas postagens e como isso impacta suas vivências pessoais ligadas à menstruação. Durante as entrevistas, ficou evidente que as participantes demonstraram um interesse autêntico por conteúdos diretamente relacionados à menstruação. Além disso, elas demonstraram um alto grau de discernimento na identificação de conteúdo publicitário, apontando, no entanto, que muitas postagens podem conter elementos publicitários indiretos. A ênfase na saúde e bem-estar durante o período menstrual emergiu como um tópico de considerável interesse, refletindo a busca por informações práticas e confiáveis, nas quais as entrevistadas confiavam para aprimorar sua experiência menstrual.

Um achado interessante foi o impacto positivo de uma postagem educativa que abordava o uso de coletores menstruais. Essa postagem não apenas informou, mas

também capacitou uma das entrevistadas a adotar uma alternativa mais sustentável e saudável em relação aos produtos menstruais convencionais. Além disso, postagens que adotavam uma abordagem política e empoderadora foram percebidas como promotoras da normalização da menstruação e da sua abordagem aberta e natural.

As diferenças nos relatos das entrevistadas, especialmente no que se refere ao acesso a produtos menstruais e às ações relacionadas à menstruação, refletem as diversas experiências pessoais e perspectivas individuais das entrevistadas. No entanto, todas enfatizaram a importância de combater a pobreza menstrual e de assegurar o acesso igualitário a produtos menstruais para mulheres em situação de vulnerabilidade.

Foi identificada a influência positiva da comunicação nas redes sociais na promoção da compreensão da menstruação como um aspecto natural e saudável da vida das mulheres, além de destacar o aspecto político da menstruação, sua normalização e desmistificação. Em um contexto global onde a igualdade de gênero e a valorização da saúde das mulheres são metas essenciais, a comunicação desempenha um papel fundamental na transformação das atitudes em relação à menstruação. No entanto, a pesquisa também ressalta a importância contínua da mobilização pela erradicação da pobreza menstrual e pelo acesso igualitário a produtos menstruais, questões cruciais para a promoção da saúde e da igualdade de gênero em todo o mundo.

Essa pesquisa destaca a complexidade das experiências e percepções em relação à menstruação por parte das mulheres entrevistadas, que compõem um grupo de jovens com baixa renda e alta escolaridade. As diversas atitudes em relação à menstruação refletem as normas culturais e sociais complexas que as cercam. Além disso, a influência das redes sociais, em particular do Instagram, na mudança de atitudes em relação à menstruação é evidente. Essas plataformas oferecem um espaço valioso para discussões abertas, empoderadoras e educativas sobre a menstruação, promovendo a saúde mental e o bem-estar das mulheres ao desafiar o estigma e os tabus historicamente associados a esse tema.

Se destaca, também, a importância das discussões sobre os direitos das mulheres e da saúde sexual e reprodutiva em um contexto global marcado por desafios consideráveis. A comunicação desempenha um papel estratégico na

formação de políticas e discursos relacionados à saúde reprodutiva e sexual, enquanto a desinformação sobre esses temas apresenta um desafio significativo. Tem o potencial de contribuir para a compreensão das complexidades relacionadas à menstruação, da comunicação em saúde e dos direitos das mulheres. Suas implicações são multidisciplinares e, permeando-se por áreas como medicina, comunicação em saúde e estudos de gênero e de recepção, enfatizam a necessidade de uma comunicação eficaz e inclusiva para promover a igualdade de gênero e a saúde das mulheres.

Promover uma abordagem inclusiva e sensível à realidade das mulheres, bem como desconstruir o estigma em torno da menstruação, é crucial para a saúde e o bem-estar das mulheres. À medida que continuamos a explorar as complexidades desse fenômeno natural, é fundamental reconhecer que a menstruação não deve ser vista como um tabu nem ser restrita a discussões limitadas. Em vez disso, é uma parte fundamental da experiência feminina que merece atenção e compreensão em sua totalidade.

Através da educação, da comunicação aberta e do incentivo à discussão sobre a menstruação, podemos contribuir para a igualdade de gênero, promovendo uma sociedade onde todas as mulheres tenham o direito de vivenciar sua menstruação com dignidade e sem restrições. Além disso, ao desafiar estereótipos e preconceitos, estamos moldando um futuro em que a menstruação não seja um obstáculo, mas sim uma parte natural e normal da vida das mulheres.

No entanto, a jornada em direção a essa visão inclusiva e livre de estigmas é contínua. Devemos continuar a apoiar a erradicação da pobreza menstrual e a garantir que todas as mulheres, independentemente de sua situação financeira ou social, tenham acesso a produtos menstruais. Este é um passo fundamental para assegurar que a menstruação não seja uma fonte adicional de desigualdade.

Em última análise, à medida que trabalhamos para uma sociedade mais igualitária, na qual as mulheres se sintam à vontade para abraçar plenamente sua saúde menstrual, estamos não apenas celebrando a diversidade da experiência feminina, mas também capacitando as mulheres a viverem suas vidas com confiança, independência e bem-estar. Este estudo é um pequeno passo em direção a um mundo mais informado, igualitário e compassivo.

6 REFERÊNCIAS

KORUI. Dia Internacional das Mulheres. INSTAGRAM, 2023. Acesso em 08/03/2023.

ALCÂNTARA, Izabela Santana; TORRES, Velda Gama Alves. #Menstruação: do tabu à visibilidade menstrual online. *In: 43º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 01 a 10/12/2020. 2020.

ALCOFF, Linda. . The problem of speaking for others. *Cultural Critique*, v. 20, n. 1, p. 5-32. 1991.

ALVES, Jéssica. O que é direito menstrual? Espanha e a licença menstrual de 3 dias. **Educa+Brasil**. Disponível em <https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/noticias/o-que-e-direito-menstrual-espanha-e-a-licenca-menstrual-de-3-dias>. 2022. Acesso em: 09/08/2022.

ALWAYS. Disponível em <https://www.always.com/en-us>. 2023. Acesso em: 18/4/2023.

AMARAL, I.C.G.A. **Abordagem da menopausa em textos jornalísticos veiculados em revistas de atualidades**. Dissertação (Mestrado em Tocoginecologia) - Faculdade de Ciências Médicas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

ARAÚJO, Denise Castilhos de; QUEVEDO, Daniela Muller de. Consumo de informações por mulheres maduras. **Revista Espaço e Tempo Midiáticos**, v. 2, n. 2, p. 188-205. 2017.

ASSAD, Beatriz Flügel. Políticas públicas acerca da pobreza menstrual e sua contribuição para o combate à desigualdade de gênero. **Revista Antinomias**, v. 2, n. 1, p. 140-160. 2021.

BABBAR, K., *et al.* Menstrual health is a public health and human rights issue. **Lancet Public Health**, v. 7, n. 1, p. e10-e11. 2022.

BENTES, I. Biopolítica feminista e estéticas subversivas. **Matrizes** v. 11, n. 2, p. 93-109. 2017.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n., p. 210-230. 2008.

BRASIL. Mortalidade proporcional por grupos de causas. **Ministério da Saúde**. Disponível em <http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/deftohtm.exe?idb2010/c04.def>. Acessado em 09/09/2012. 2010a. Acesso em: 09/09/2012.

BRASIL. Saúde sexual e saúde reprodutiva. Brasília: **Ministério da Saúde**. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica 2010b.

BRASIL. Projeto de Lei PL 6784/2016. Brasília: **Câmara dos Deputados Federais** 2016a.

BRASIL. Protocolos da Atenção Básica: Saúde das Mulheres. Brasília: **Ministério da Saúde**, Instituto Sírio-Libanês de Ensino e Pesquisa 2016b.

BRASIL. Decreto Nº 10.989, de 8 de março de 2022. **Presidência da República**. Secretaria-Geral, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Regulamenta a Lei nº 14.214, de 6 de outubro de 2021, que institui o Programa de Proteção e Promoção da Saúde Menstrual. 2022.

BRASIL. Programa Dignidade Menstrual: um ciclo de respeito. Disponível em <https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/cartilhas/2024/dignidademenstrual>. 2024. Acesso em: 14/02/2024.

CAL, Danila, *et al.* A mulher na vida pública: um mapa das moralidades no Facebook. **E-compós - Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, v. 21, n. 1, p. 1-23. 2018.

CAPP, Edison; HOHLFELDT, Antônio Carlos. Saúde da mulher no jornalismo impresso de países lusófonos **Revista HCPA**, v. 33, n. 3/4, p. 217-225. 2013.

CARAS. **Personalidades: Marcela McGowan**. Disponível em https://caras.uol.com.br/perfil/marcela-mcgowan.phtml?utm_source=site&utm_medium=txt&utm_campaign=copypaste. 2022. Acesso em: 18/04/2023.

CASTILHOS, W.; ALMEIDA, C. Discourses on abortion amid the Zika epidemic: analysis of the coverage by newspapers O Globo and Folha de S.Paulo. **Caderno de Saúde Pública**, v. 36, n. Suppl 1, p. 1-14. 2020.

CAVAGNOLO, A., *et al.* Corpo e saúde na Revista Cláudia. In: DA SILVA, Jacqueline Oliveira, *et al.* **Máquinas do sentido: Processos comunicacionais em saúde**. Porto Alegre: Dacasa, 2003. p. 95-106.

CHRISLER, J. C.; LEVY, K. B. The media construct a menstrual monster: a content analysis of PMS articles in the popular press. **Women & Health**, v. 16, n. 2, p. 89-104. 1990.

COSTA, Verônica Soares da, *et al.* Direitos reprodutivos e ciência: perspectivas feministas sobre o jornalismo científico de Gênero e Número. In: 32º Encontro Anual da Compós, Universidade de São Paulo (USP). São Paulo. 2023.

COUTINHO, Elsimar. **Menstruação: a sangria inútil**. São Paulo: Editora Gente, 1999.

CRANKSHAW, T. L.; STRAUSS, M.; GUMEDE, B. Menstrual health management and schooling experience amongst female learners in Gauteng, South Africa: a mixed method study. **Reproductive Health**, v. 17, n. 1, p. 48. 2020.

CRITCHLEY, H. O. D., *et al.* Menstruation: science and society. **American Journal of Obstetrics and Gynecology**, v. 223, n. 5, p. 624-664. 2020.

D'ALMONTE, Edson Fernando; PINHO, Fábio Assis; SILVA, Jonathas Luiz Carvalho. **Área 31: Comunicação e Informação** - Documento de Área 2019.

DAMASCENO, Victoria; MENON, Isabella; XAVIER, Karime. Falta de absorventes amplia pobreza menstrual na prisão. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 16/03/2022. Cotidiano - B2. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2022/03/falta-de-absorventes-higiene-e-infraestrutura-intensifica-pobreza-menstrual-no-carcere.shtml>. Acesso em: 16/03/2022.

DAMASCENO, Victoria; XAVIER, Karime. Falta de dinheiro e de acesso agrava pobreza menstrual na Ilha de Marajó. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 15/02/2022. Cotidiano - B1. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2022/02/falta-de-dinheiro-acesso-e-saneamento-agrava-pobreza-menstrual-na-ilha-de-marajo.shtml>. Acesso em: 16/03/2022.

DINIZ, Débora. Três gerações de mulheres. In: BASSANEZI, Carla, *et al.* **Nova história das mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2012. p. 313-332.

DREHER, Daniela Zeni; MOCELIN, Cassia Engres; SCHWENGBER, Maria Simone Vione. O discurso publicitário sobre a incontinência urinária: “doença silenciosa”. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 16, n. 46, p. 291-313. 2019.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge, *et al.* **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicações**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 62-83.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

FAMOSOS. **Marcela McGowan**. Disponível em <https://gshow.globo.com/artistas/marcela-bbb20/>. 2023. Acesso em: 18/04/2023.

FELITTI, Karina. El ciclo menstrual en el siglo XXI. Entre el mercado, la ecología y el poder femenino. **Revista Latinoamericana** v. 22, n. 1, p. 175-206. 2016.

FERREIRA, Bruna Cristina. **O jornalismo nas revistas femininas Cláudia e Marie Claire. Os conceitos de beleza e saúde aplicados ao corpo feminino e ao controle do comportamento da mulher**. - Dissertação (Mestrado em Estudo dos Meios e da Produção Mediática) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

FLICK, Uwe. Introdução à pesquisa qualitativa. In: FLICK, Uwe. **Qualidade na pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009. p. 8-9.

FORNARI, L. F., *et al.* Domestic violence against women amidst the pandemic: coping strategies disseminated by digital media. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 74, n. Supl 1, p. 1-9. 2021.

GALDEANO, Luany. ONG reforma banheiros de escolas públicas. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 20/08/2023. Cotidiano - B3. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2023/08/escolas-publicas-tem-banheiros-reformados-por-ong-para-combater-pobreza-menstrual.shtml>. Acesso em: 20/08/2023.

GAPMINDER. **Life expectancy**. Disponível em <http://www.gapminder.org/>. 2022. Acesso em: 01/06/2022.

GODOI, Christiane Kleinübing. Grupo de discussão como prática de pesquisa em estudos organizacionais. **Revista de Administração de Empresas | FGV/EAESP**, v., n., p. 632-644. 2015.

GOMES, Lisânia Ghisi; MENDES, Francielle Maria Modesto. Jornalismo e interseccionalidade: distanciamentos e representações sobre mulheres que se relacionam com pessoas privadas de liberdade. *In*: II JORNADAS DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Portugal. 2022.

GONÇALVES, Marcelo Rodrigues; AGOSTINHO, Milena Rodrigues; KATZ, Natan. Protocolos de Regulação Ambulatorial: Ginecologia / Secretaria Estadual da Saúde do Rio Grande do Sul, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: TelessaudeRS, 2017.

HA, M. A. T.; ALAM, M. Z. Menstrual hygiene management practice among adolescent girls: an urban-rural comparative study in Rajshahi division, Bangladesh. **BMC Womens Health**, v. 22, n. 1, p. 86. 2022.

HALL, N. L. From "period poverty" to "period parity" to meet menstrual health needs. **Med**, v. 2, n. 5, p. 469-472. 2021.

HALL, Stuart. **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. London: SAGE Publisher, 1997.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HARAWAY, Donna. 'Gênero' para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra. **Cadernos Pagu** v. 22, n., p. 201-246. 2004.

HENNEGAN, J., *et al.* Women's and girls' experiences of menstruation in low- and middle-income countries: A systematic review and qualitative metasynthesis. **PLoS Medicine**, v. 16, n. 5, p. e1002803. 2019.

HERMOSA, Alicia Botello; MEJIA, Rosa Casado. Fears and concerns related to menstruation: a qualitative study from the perspective of gender. **Texto & Contexto - Enfermagem**, v. 24, n. 1, p. 13-21. 2015.

HOLST, A. S., *et al.* Experiences of menstrual inequity and menstrual health among women and people who menstruate in the Barcelona area (Spain): a qualitative study. **Reproductive Health**, v. 19, n. 1, p. 45. 2022.

I.B.G.E. **Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência**. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9662-censo-demografico-2010.html?edicao=9749&t=destaques>. Acessado em 03/08/2021. 2010. Acesso em: 03/08/2021.

I.B.G.E. **Conheça o Brasil - População: quantidade de homens e mulheres**. Disponível em <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html>. Acessado em 30/07/2021. 2019. Acesso em: 30/07/2021.

JARRELL, J. The significance and evolution of menstruation. **Best Practice & Research Clinical Obstetrics & Gynaecology** v. 50, n. 1, p. 18-26. 2018.

JARRELL, J.; ARENDT-NIELSEN, L. Evolutionary considerations in the development of chronic pelvic pain. **American Journal of Obstetrics & Gynecology**, v. 215, n. 2, p. 201.e1-4. 2016.

JOHNSON & JOHNSON, Consumer Health. **A transformação da marca em prol da naturalização das conversas sobre menstruação**. Disponível em <https://fleishmanhillard.com.br/obra/sempre-livre-sempre-juntas/>. 2022. Acesso em: 06/10/2022.

KING, Carrie. As empresas que querem testar o sangue da menstruação. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 29/08/2023. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrio/2023/08/as-empresas-que-querem-testar-o-sangue-da-menstruacao.shtml>. Acesso em: 16/10/2023.

LANGEBECKER, Andrea, *et al.* A cobertura jornalística sobre temas de interesse para a Saúde Coletiva brasileira: uma revisão de literatura. **Interface – Comunicação, Saúde, Educação**, v. 23, n. 1, p. 1-18. 2019.

LEMOS, Alessandra Cardoso. **Pobreza menstrual e as pessoas que menstruam: a publicidade como mediadora social no segmento de absorventes, uma análise da campanha #meninaajudamenina da Always no Instagram**. Mestrado - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul Porto Alegre, 2023.

LOPES, F. . Justiça reprodutiva: um caminho para justiça social e equidade racial e de gênero. **Organicom**, v. 19, n. 40, p. 216-227. 2023.

LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (.org). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2000. p. 7-34.

MAIA, Jussara Peixoto; SACRAMENTO, Igor; BÔAS, Valéria Vilas. O controle do corpo feminino no programa Encontro com Fátima Bernardes: subjetividade, texto e contexto. **Revista FAMECOS**, v. 24, n. 3, p. 1-31. 2017.

MANICA, Daniela Tonelli. A desnaturalização da menstruação: hormônios contraceptivos e tecnociência. **Horizontes Antropológicos**, v. 17, n. 35, p. 197-226. 2011.

MARTIN-BARBERO, Jesus. De los medios a las practicas. In: GOMEZ, Guillermo Orozco, *et al.* **La comunicacion desde las practicas sociales**. México: Universidad Iberoamericana, 1990. p. 9-18.

MARTINO, Luis Mauro Sá; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. A ética da comunicação a partir da abordagem dos conceitos de interesse e uso da linguagem. **Galaxia (São Paulo, Online)**, v. 23, n., p. 139-152. 2012.

MATOS, Carolina. **Gender, Communications, and Reproductive Health in International Development**. London: McGill-Queen's University Press, 2023.

MAYBIN, J. A.; CRITCHLEY, H. O. Menstrual physiology: implications for endometrial pathology and beyond. **Human Reproduction Update**, v. 21, n. 6, p. 748-61. 2015.

MEINERZ, Carla Beatriz. Grupos de Discussão: uma opção metodológica na pesquisa em educação. **Educação & Realidade**, v. 36, n. 2, p. 485-504. 2011.

MIGUEL, Raquel de Barros Pinto, *et al.* "Azul da cor do mar": a higienização dos corpos através das publicidades de absorventes **Revista Feminismos**, v. 4, n. 1, p. 26-40. 2016.

MINAYO, M.C.S. Saúde-doença: Uma concepção popular da etiologia. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 4, n. 4, p. 363-381. 1988.

MIRANDA, Amanda Souza de; SILVA, Gislene. Política da narrativa sobre o corpo feminino em programa especializado em saúde. **Revista FAMECOS**, v. 27, n. 1, p. 1-12. 2020.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge, *et al.* **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 269-229.

MOREIRA, Virgínia Palmeira; BATISTA, Mércia Rejane Rangel. “Pronto, agora já sou moça”: símbolos e significados que marcam o corpo menstruado. **Caderno Espaço Feminino**, v. 20, n. 2, p. 27-51. 2016.

MULLER, Janaina Wazlawick; SCHMIDT, Saraí Patricia. Mulheres sem rosto: o corpo feminino e a violência em cartazes de filmes. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 19, n. 54, p. 30-51. 2022.

N.H.S., National Health Service. **Periods and fertility in the menstrual cycle**. Disponível em <https://www.nhs.uk/conditions/periods/fertility-in-the-menstrual-cycle/>. 2020. Acesso em: 02/06/2022.

NICHOLSON, Linda. Interpretando o gênero. **Estudos Feministas**, v. 8, n. 2, p. 9-41. 2000.

NUNES, Alexandre Morais. Comunicação através das redes sociais digitais: Contributos para a promoção da saúde. **Revista de Comunicação, Cultura e Política**, v. 20, n. 38, p. 129-141. 2019.

O.M.S. Organização Mundial da Saúde. Progress on Drinking Water, Sanitation and Hygiene: 2017. Disponível em https://www.unicef.org/media/55276/file/Progress_on_drinking_water_sanitation_and_hygiene_2019.pdf. 2017. Acesso em: 20/07/2023.

OKIN, Susan Moller. Gênero, o público e o privado. **Estudos Feministas**, v. 16, n. 2, p. 305-332. 2008.

OLIVEIRA, Mariella Silva de. **Saúde da mulher em revistas semanais brasileiras: conteúdo e qualidade científica**. Dissertação (Mestrado em Tocoginecologia) - Faculdade de Ciências Médicas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.

OLIVEIRA, Mariella Silva de, *et al.* Saúde da mulher na imprensa brasileira: Análise da qualidade científica nas revistas semanais. **Interface - Comunicação, Saude, Educação**, v. 13, n. 30, p. 7-16. 2009.

ONWUACHI-SAUNDERS, Chukwudi; DANG, Que P.; MURRAY, Jedidah. Reproductive Rights, Reproductive Justice: Redefining Challenges to Create Optimal Health for All Women. **Journal of Healthcare, Science and the Humanities**, v. 9, n. 1, p. 19-31. 2019.

PIEDRAS, Elisa. **Publicidade, Imaginário e consumo: anúncios no cotidiano feminino**. Doutorado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, 2007.

PIEDRAS, Elisa. Publicidade, imaginário e consumo: anúncios no cotidiano feminino. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-compós**, v. 11, n. 3, p. 1-17. 2008.

PIEDRAS, Elisa. **Fluxo publicitário: anúncios, produtores e receptores**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PINHEIRO, Malu. Brasileiras que criaram absorvente biodegradável de R\$0,02 ganham Prêmio de Excelência na Suécia. **Glamour - Life style**, Disponível em:

<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/ultima-hora/pais/com-absorventes-de-r-002-alunas-do-ensino-medio-do-rs-vencem-competicao-internacional-1.3273322>.

Acesso em:

PINTO, Lorena Santos, *et al.* Representações sociais de beleza e de saúde entre mulheres com obesidade. **Psicologia Argumento**, v. 38, n. 100, p. 290-315. 2020.

PPGCOM. Linhas de Pesquisa - Programa de Pós-Graduação em Comunicação. 2022. Acesso em

PRECIADO, Paul B. **Um apartamento em Urano: crônicas da travessia**. São Paulo: Zahar, 2020.

QUADROS, Mirian; ASSMANN, Gabriela; LOPEZ, Debora Cristina. A análise de conteúdo nas pesquisas brasileiras em comunicação: aplicações e derivações do método. In: BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha, *et al.* **Pesquisa em Comunicação: olhares e abordagens**. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2014. p. 89-107.

R.C.O.G. **National Heavy Menstrual Bleeding Audit**. The Royal College of Obstetricians and Gynaecologists. London, 2014.

RAMOS, Déborah Schulthais, *et al.* Percepção do fluxo menstrual por mulheres e a sua relação com a escolha de produtos de higiene menstrual. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, v. 23, n. 1, p. 1-7. 2023.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REVISTA CLÁUDIA. Pesquisa: jovens querem ver a menstruação com mais naturalidade. Disponível em <https://claudia.abril.com.br/saude/pesquisa-jovens-querem-ver-a-menstruacao-com-mais-naturalidade/>. 2020. Acesso em: 06/10/2022.

REVUELTA, G., *et al.* Género y salud en la prensa diaria. **Revista Quark**, v. 27, n. 1, p. 14-23. 2003.

ROCHA, Everardo; BERALDO, Beatriz. Saias, selins e sensibilidades: movimentos feministas e bens de consumo. **Comunicação, mídia e consumo**, v. 16, n. 45, p. 61-79. 2019.

RUBINSKY, V.; GUNNING, J. N.; COOKE-JACKSON, A. "I Thought I Was Dying:" (Un)Supportive Communication Surrounding Early Menstruation Experiences. **Health Communication**, v. 35, n. 2, p. 242-252. 2020.

SACCHITELLO, Bárbara; LEMOS, Alexandre Zaghi. **Mulheres são 20% da criação das agências**. Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2016/01/12/mulheres-sao-20-porcento-da-criacao-das-agencias.html>. 2016. Acesso em: 13/10/2022.

SACRAMENTO, Igor; MAGALHÃES, Thamyres; ABIB, Roberto. As musas fitness como corpos dóceis: uma análise de processos de normalização do corpo feminino na cultura contemporânea. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 22, n. 3, p. 81-93. 2020.

SANTANA, Dhione Oliveira; FERREIRA, Raquel Marques Carriço. A pesquisa sobre publicidade e propaganda em saúde pública na Scielo. **Revista Animus - Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 20, n. 44, p. 39-56. 2021.

SANTOS, Beatriz Oliveira; GERMANO, Idilva Maria Pires. Regulação do corpo feminino no almanaque de farmácia d'A Saude da Mulher. **Revista Estudos Feministas**, v. 28, n. 1, p. 1-14. 2020.

SCHMITZ, Daniela Maria. **Vivendo um projeto em família: consumo midiático, beleza feminina e o sonho juvenil de ser modelo profissional**. Doutorado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

SCHMITZ, Daniela Maria. Consumo, sentidos, usos e apropriações nas pesquisas de recepção: nem tão sinônimos, nem tão distantes. **Intexto**, v. 34, n., p. 255-275. 2015.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, v. 20, n. 2, p. 71-99. 1995.

SCUDELLER, Pedro de Assis Pereira; ROCHA, Rose de Melo; NEVES, Thiago Tavares das. Interfaces entre o campo da comunicação e os estudos de gêneros e sexualidades: um panorama qualitativo do GT Comunicação, Gêneros e Sexualidades da COMPÓS. *In*: 32º Encontro Anual da Compós, Universidade de São Paulo (USP). São Paulo. 2023.

SEALE, Clive. Health and media: an overview. **Sociology of Health & Illness**, v. 25, n. 6, p. 513–531. 2003.

SHORT, R. V. Definition of the problem - The evolution of human reproduction. **Proceedings of the Royal Society of London. Series B. Biological Sciences**, v. 195, n. 1118, p. 3-24. 1976.

SPIVAK, Gayatri Chakravorty. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: UFMG, 2010.

STARRS, Ann M, *et al.* Accelerate progress—sexual and reproductive health and rights for all: report of the Guttmacher–Lancet Commission. **The Lancet**, v. 391, n., p. 2642-2692. 2018.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. *In*: DUARTE, Jorge, *et al.* **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2015. p. 50-61.

SZABATURA, Taísa. A resposta da sociedade. **Revista Isto É**, v. 2716, n. -, p. 38-39. 2022.

TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. *In*: XXII ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO. Salvador, Bahia. 2013.

TOMAZETTI, Tainan Pauli; CORUJA, Paula. Relações de gênero nos estudos de recepção e consumo midiático: perspectivas de teses e dissertações em comunicação entre 2010 e 2015. **Novos Olhares**, v. 6, n. 1, p. 115-128. 2017a.

TOMAZETTI, Tainan Pauli; CORUJA, Paula. Relações de gênero: os desafios para além das binariedades, identidades e representações. *In*: JACKS, Nilda, *et al.* **Meios e Audiências III**. Porto Alegre: Sulina, 2017b. p. 171-191.

TONDO, Rômulo Oliveira. **Projeto de Qualificação: Consumo, recepção e impacto de campanhas de prevenção ao suicídio entre jovens discentes do curso de**

Medicina/UFRGS. - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021.

TRAVASSOS, C., *et al.* Utilização dos serviços de saúde no Brasil: Gênero, características familiares e condição social. **Revista Panamericana de Salud Publica**, v. 11, n. 5/6, p. 365-373. 2002.

TRINDADE, Eneus; ANNIBAL, Sérgio. Leitura, recepção midiática e produção de sentido. **Comunicação & Educação**, v. 15, n. 1, p. 45-53. 2010.

U.N.F.P.A., Fundo de População das Nações Unidas. **Pobreza menstrual no Brasil: desigualdades e violações de direitos.** Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF)2021.

U.N.F.P.A., Fundo de População das Nações Unidas. **Menstruation and human rights: frequently asked questions.** Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF). Disponível em <https://www.unfpa.org/menstruationfaq> - When%20does%20menstruation%20start?). 2022.

U.N.I.C.E.F. **Guidance for Monitoring Menstrual Health and Hygiene.** Disponível em <https://www.unicef.org/media/85461/file/MH-Monitoring-Resource.pdf>. 2020. Acesso em: 02/06/2022.

VAN EIJK, A. M., *et al.* Menstrual cup use, leakage, acceptability, safety, and availability: a systematic review and meta-analysis. **Lancet Public Health**, v. 4, n. 8, p. e376-e393. 2019.

VARGENS, Octavio Muniz da Costa, *et al.* Women's perception of menstruation: a question of solidarity. **Revista Enfermagem UERJ**, v. 27, n. e40120, p. 2019.

VERMELHO, Sônia Cristina, *et al.* Refletindo sobre as redes sociais digitais. **Educação e Sociedade**, v. 35, n. 126, p. 179-196. 2014.

VIEGAS, Paula Rickes. **Discurso médico-ginecológico em plataformas de mídia social: relações de poder, gênero e instagram.** Doutorado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

W.H.O. **Women and health: Today's evidence tomorrow's agenda.** World Health Organization. Genebra, Suíça, 2009.

WALLINGTON, S.F., *et al.* Challenges in covering health disparities in local news media: An exploratory analysis assessing views of journalists. **Journal of Community Health**, v. 35, n. 5, p. 487-494. 2010.

WENDER, Maria Celeste Osório, *et al.* Climatério. In: PASSOS, Eduardo Pandolfi, *et al.* **Rotinas em Ginecologia.** Porto Alegre: Artmed, 2017. p. 495-516.

WILLIG, Caroline Luiza; SCHMIDT, Saraí Patrícia. "É preciso menstruar todos os meses?": Estigmas do sangue na mídia e na escola. *In: II JORNADAS DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Portugal. 2022.

WOTTRICH, Laura. Atravessamentos metodológicos na pesquisa em Comunicação. **Revista InterCom**, v. 44, n. 2, p. 21-33. 2021.

YAMAMOTO, S.T. **A esterilização cirúrgica feminina no Brasil, controvérsias na interpretação e desafios na aplicação da Lei 9263**. Dissertação (Mestrado em Saúde Pública) - Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

ZEHTABCHI, Rayka. **Period. End of Sentence**. Produção: ZEHTABCHI, Rayka, *et al.* Estados Unidos: Netflix, 2019. Streaming.

7 APÊNDICE

7.1 Termo de consentimento livre e esclarecido

Título do Projeto: Menstruação, comunicação e recepção - entrevistas

Você está sendo convidada a participar de uma pesquisa cujo objetivo é analisar como a menstruação é percebida por mulheres de 18 a 25 anos, de baixa renda e alto grau de instrução. Esta pesquisa está sendo realizada pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação, FABICO/UFRGS.

Se você aceitar participar da pesquisa, os procedimentos envolvidos em sua participação são os seguintes: participação em duas entrevistas em momento diferentes e acesso a rede social digital (Instagram) para verificar quais as contas que você acessa.

Os possíveis riscos ou desconfortos decorrentes da participação na pesquisa são, principalmente: o desconforto em abordar temas relacionados à menstruação; o desconforto em abordar temas relacionados à higiene íntima; o desconforto em descrever situações de fragilidade em relação à dignidade menstrual às quais tenha sido exposta.

Os possíveis benefícios decorrentes da participação na pesquisa são compreender como a menstruação é percebida em mulheres nesta faixa etária e com este nível de escolaridade. As participantes não terão benefícios diretos, mas com os dados coletados será possível refletir e propor estratégias para desmistificar a menstruação, diminuir o número de mulheres excluídas de suas atividades de formação acadêmica e de trabalho. A medida que o tema for sendo discutido com menor tabu, será mais fácil para meninas e mulheres vivenciarem seus períodos menstruais de forma mais natural.

Sua participação na pesquisa é totalmente voluntária, ou seja, não é obrigatória. Caso você decida não participar, ou ainda, desistir de participar e retirar seu consentimento, não haverá nenhum prejuízo ao seu trajeto acadêmico.

Não está previsto nenhum tipo de pagamento pela sua participação na pesquisa e você não terá nenhum custo com respeito aos procedimentos envolvidos.

Os dados coletados durante a pesquisa serão sempre tratados confidencialmente. Os resultados serão apresentados de forma conjunta, sem a identificação dos participantes, ou seja, o seu nome não aparecerá na publicação dos resultados.

Caso você tenha dúvidas, poderá entrar em contato com o pesquisador responsável Edison Capp, pelo telefone (051) 999597782.

Esse Termo é assinado em duas vias, sendo uma para o participante e outra para os pesquisadores.

Nome do participante da pesquisa

Nome do pesquisador que aplicou o Termo

Assinatura

Assinatura

Local e Data:

Título do Projeto: Menstruação, comunicação e recepção – Grupo de discussão

Você está sendo convidada a participar de uma pesquisa cujo objetivo é analisar como a menstruação é percebida por mulheres de 18 a 25 anos, de baixa renda e alto grau de instrução. Esta pesquisa está sendo realizada pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação, FABICO/UFRGS.

Se você aceitar participar da pesquisa, os procedimentos envolvidos em sua participação são os seguintes: participação em um grupo de discussão sobre menstruação.

Os possíveis riscos ou desconfortos decorrentes da participação na pesquisa são, principalmente: o desconforto em abordar temas relacionados à menstruação; o desconforto em abordar temas relacionados à higiene íntima; o desconforto em descrever situações de fragilidade em relação à dignidade menstrual às quais tenha sido exposta.

Os possíveis benefícios decorrentes da participação na pesquisa são compreender como a menstruação é percebida em mulheres nesta faixa etária e com este nível de escolaridade. As participantes não terão benefícios diretos, mas com os dados coletados será possível refletir e propor estratégias para desmistificar a menstruação, diminuir o número de mulheres excluídas de suas atividades de formação acadêmica e de trabalho. A medida que o tema for sendo discutido com menor tabu, será mais fácil para meninas e mulheres vivenciarem seus períodos menstruais de forma mais natural.

Sua participação na pesquisa é totalmente voluntária, ou seja, não é obrigatória. Caso você decida não participar, ou ainda, desistir de participar e retirar seu consentimento, não haverá nenhum prejuízo ao seu trajeto acadêmico.

Não está previsto nenhum tipo de pagamento pela sua participação na pesquisa e você não terá nenhum custo com respeito aos procedimentos envolvidos.

Os dados coletados durante a pesquisa serão sempre tratados confidencialmente. Os resultados serão apresentados de forma conjunta, sem a identificação dos participantes, ou seja, o seu nome não aparecerá na publicação dos resultados.

Caso você tenha dúvidas, poderá entrar em contato com o pesquisador responsável Edison Capp, pelo telefone (051) 999597782.

Esse Termo é assinado em duas vias, sendo uma para o participante e outra para os pesquisadores.

Nome do participante da pesquisa

Nome do pesquisador que aplicou o Termo

Assinatura

Assinatura

Local e Data: