

A stylized illustration in shades of red and pink. Four figures are arranged in a circle, holding hands. The figure on the left has a large, spiky afro. The figure on the right is a man with short hair. The two figures in the center are women with long hair. The background is dark red with several bright yellow stars and a solid red circle at the top. The ground is a lighter red with some dark red teardrop shapes.

ANÀLISI DEL DISCURS: CIBERACTIVISME MENSTRUAL

TERESA SEGURA SÁNCHEZ

TUTORA: MARGARIDA CASACUBERTA ROCAROLS

GRAU EN COMUNICACIÓ CULTURAL

FACULTAT DE LLETRES

SETEMBRE, 2020

ÍNDIX

ÍNDIX.....	1
RESUM.....	2
AGRAÏMENTS.....	3
INTRODUCCIÓ.....	4
METODOLOGIA I ESTRUCTURA.....	5
1. CONTEXT HISTÒRIC.....	7
1.1. SOCIETAT, CONSTRUCCIÓ DE LA DONA I MISOGINIA.....	7
1.2. EL GRAN TABÚ.....	9
1.3. LA MENSTRUACIÓ A LA PUBLICITAT.....	10
2. EL PAS DEL TABÚ A L'APODERAMENT A TRAVÉS DE LA MENSTRUACIÓ.....	16
2.1. CIBERACTIVISME MENSTRUAL.....	18
2.1.1. ACTIVISME MENSTRUAL RADICAL.....	20
2.1.2. ACTIVISME MENSTRUAL ESPIRITUAL.....	21
2.2. ANÀLISI D'UNA SELECCIÓ DE COMPTES D'INSTAGRAM SOBRE ACTIVISME MENSTRUAL.....	23
2.2.1. ANÀLISI DE COMPTES D'INSTAGRAM SOBRE ACTIVISME RADICAL.....	24
2.2.2. ANÀLISI DE COMPTES D'INSTAGRAM SOBRE ACTIVISME MENSTRUAL ESPIRITUAL.....	54
CONCLUSIONS.....	81
BIBLIOGRAFIA.....	84
ANNEX.....	90

RESUM

Aquest treball té l'objectiu d'investigar les diferents estratègies discursives que s'han fet al voltant de la menstruació a nivell històric fins a la contemporaneïtat i com s'utilitza Internet (en concret les xarxes socials) per fomentar un canvi positiu cap a la naturalització de temes invisibilitzats, com ara la menstruació.

Es divideix en dues parts: la primera abarca la vessant teòrica de la investigació, on a través de llibres d'anàlisi històric i social, articles acadèmics i periodístics sobre la menstruació i la publicitat, documentals i Treballs de Fi de Grau, es recull la idea que existeix sobre la regla per posar en context el tema del treball.

La segona part és la vessant pràctica, on a través de l'anàlisi de 8 Instagrams d'activisme menstrual (radical i espiritual), es pretén extreure els nous conceptes que es volen generar sobre la menstruació i les diferents estratègies que s'utilitzen per portar-ho a terme.

Paraules clau: Ciberactivisme menstrual, ecofeminisme, publicitat menstrual, gènere i menstruació, polítiques menstruals.

AGRAÏMENTS

Vull donar les gràcies a totes les persones que han estat al meu costat i m'han brindat la seva ajuda per poder realitzar aquest treball.

A Mita Casacuberta per acceptar ser la meva tutora i ajudar-me a elaborar aquest treball que ha canviat tantes vegades de temàtica. Sense ella no hauria sigut capaç de trobar el nord.

A les professores i professor Anna Bayó, Amanda Braga i Narcis Iglesias per proporcionar-me articles i referències.

Al meu grup d'amics de tota la vida Samara Pérez, Arpi Badalyan, Manu Ocaña, Roberto Urresti i Minerva Moreno, per donar-me recolzament i ànims durant aquest (llarg) procés i suportar-me en les meves crisis existencials. A més, per fer del confinament una experiència més lleu jugant i fent videotrucades.

A Karen Cortés per ser la meva companya i amiga amb la que comparteixo tantes coses i per tornar-me a l'adolescència cada cop que ens veiem.

A Manel Molina per ensenyar-me en aquests 4 anys el veritable significat de la generositat, pels pastissos de formatge, per la paciència i per Besalú.

A Adrià Ontiveros per haver-nos conegut en el moment més caòtic de la nostra vida i haver-lo convertit en el millor.

A les meves companyes i company de pis durant aquests dos últims anys Georgina Martínez, Irene de las Heras, Joan Guerrero i Patty de Piero, perquè amb vosaltres he sentit que estava en família i no només compartint un pis. Gràcies per tot l'amor, per cuidar-nos les unes a les altres i per les aventures que hem viscut juntes.

A Niko de Giusti per haver sigut el meu millor amic i el meu gran suport durant tants anys, tant de bo algun dia comparteixis el teu art amb el món, estic segura de que aconseguiràs tots els teus propòsits.

I per últim, als meus pares per haver fet possible la meva experiència universitària, ja que sense ella no seria la persona que sóc ara.

INTRODUCCIÓ

La menstruació s'ha convertit en un tema polític durant els últims anys, abarçant els àmbits de la salut, l'ecologia, la ciència, la publicitat (entre d'altres), fins arribar a l'esfera pública. Però malgrat aquest avenç, la regla encara és un tema tabú reservat a l'àmbit privat (i moltes vegades des de la ignorància). Només cal fer un cop d'ull a la publicitat de productes per al tractament de la sang menstrual (tant a nivell nacional com internacional), on no es menciona ni es visibilitza la seva finalitat. En comptes d'això s'utilitzen metàfores, líquids blaus i escenaris inverosímils cada cop més surrealistes. A més, el discurs que es fa sobre la menstruació als mitjans és degradant, tractant-la com si fos un residu brut que s'ha d'eliminar i del qual t'has d'avergonyar.

Gràcies a això i a la cultura patriarcal, la societat té un concepte erroni de la regla. Jo mateixa, quan als 10 anys em va venir (menarquia), ho vaig ocultar a la meva mare i a tothom fins als 13 per por que m'excloguessin. Em sentia bruta, que això era cosa de persones adultes, que implicava tenir fills, que les meves amigues ja no voldrien jugar amb mi i que la meva mare ja no m'estimaria (ni em cuidaria) perquè *m'havia convertit en una dona*. Van ser anys molt durs sentit-me sola (jo mateixa em vaig aïllar), ocultant un secret mensualment. Buscava a Internet què havia de fer (al 2004 no hi havia gaire informació) i per què no em descobrissin, tenia un control exacte sobre els meus cicles i planejava com aconseguir les compreses (comprar-les no era una opció per si em reconeixien). Al principi, em dedicava “recolectar” compreses de les cases de les meves amigues o de tant en tant, del calaix de la mama (però no gaires per si en duia el compte). Per sort, un any més tard, vaig poder començar a anar al cole sola i aprofitava per anar-les a comprar a un súper on no ens coneixien (l'Schlecker). També vaig haver de planejar excuses per no anar a la platja a l'estiu (això va ser el més difícil perquè, literalment, la meva mare i jo hi anàvem cada dia). Així doncs i després de molt reflexionar, vaig provar l'invent dels tampons (tot i que em feia por perdre la virginitat al posar-me'ls) i, com es pot veure a venir, va ser un fracàs absolut. La raó és simple: me'l vaig intentar introduir amb l'aplicador (bàsicament) pensant que allò era el tampó en sí. Llavors, quan se'm van acabar les excuses, vaig provar a resar a Déu (admeto que en aquell moment pensava que existia) demanant-li una treva menstrual d'estiu, però sorprenentment tampoc va funcionar. Finalment (i sentint-ho molt), només em va quedar dir que ja no m'agradava la platja i vaig deixar d'anar-hi durant aquests anys (només hi anava de

tant en tant perquè m'hi obligaven). A més, també em vaig desapuntar de Taekwondo i els dies en què el dolor i els marejos no em permetien aixecar-me del llit, havia de fingir que estava malalta. Llavors, a finals de 1er d'ESO, quan el fet de tenir la regla era *normal* (ja que gairebé tothom la tenia), vaig poder deixar d'ocultar-me. Poder parlar del tema amb les meves companyes era alliberador, com també deixar d'anar d'estranguis a comprar compreses al súper més recòndit de Lloret de Mar. Tot i així, em vaig sentir molt avergonyida en haver-ho d'explicar a la meva mare.

Per altra banda, han sorgit moviments feministes que s'han apropiat de les xarxes socials per crear col·lectius activistes amb la finalitat de naturalitzar i visibilitzar la regla. Tot i així, Internet forma part del món online i encara que és una eina pública, es podria dir que representa l'esfera privada, ja que als mitjans de comunicació no es parla d'aquest tema i quan es fa (esporàdicament) és des de la ignorància i el tabú.

Per tant, el meu treball neix de la necessitat de posar llum a aquest trauma i a la forma en què es viu la menstruació, sent un procés fisiològic que segueix condicionant a la meitat de la població mundial. Aquesta investigació té l'objectiu d'analitzar els discursos que s'originen a les xarxes socials (en concret a Instagram) i la resposta que s'obté per part de les usuàries i els usuaris. Una nova forma d'interpretació de la regla i com el món online pot produir canvis al món offline.

METODOLOGIA I ESTRUCTURA

Per fer aquest treball s'ha buscat informació històrica sobre menstruació a nivell cultural, polític i social. A més, s'ha posat especial èmfasi en el tema de la publicitat, les xarxes socials i el gènere. Tot això mitjançant articles acadèmics i periodístics, treballs de final de grau (relacionats amb publicitat i menstruació), llibres històrics i de crítica social i finalment, vídeos i documentals.

Primer s'analitza històricament la societat envers la menstruació i es posa en context el tema del treball. Seguidament, en l'estat de la qüestió, es repassen els treballs de fi de grau de dues alumnes de la Universitat Jaume I sobre publicitat i menstruació. Finalment, s'escullen 8 perfils d'Instagram que aborden el tema de la regla, analitzant 6 fotografies de cadascun (representatives del seu contingut) i la resposta per part dels usuaris i usuàries.

dona sense fills

*La matriu
sacseja la seva beina, la lluna
es desprèn de l'arbre sense saber on
anar.*

*El meu paisatge és una mà sense cap
ratlla,
els camins lligats en un nus,
el nus sóc jo,*

*jo la rosa que aconseguíu:
aquest cos,
aquest ivori*

*diví com el crit d'un infant.
Com una aranya, teixeixo els miralls,
fidels a la meva imatge,*

*no dic res sinó sang.
Tasteu-la, vermella i fosca!
I la meva selva*

*el meu funeral,
i aquesta muntanya i aquesta
lluentor de les boques dels cadàvers.*

1. CONTEXT HISTÒRIC

1.1. SOCIETAT, CONSTRUCCIÓ DE LA DONA I MISOGINIA

Des de sempre, l'ésser humà ha investigat allò que no comprèn amb l'objectiu d'apropar-se (el més possible) a la veritat i així justificar allò que succeeix al seu voltant. Com diu Horaci: “Dimidium facti, qui coepit, habet: sapere aude, incipe” (Qui ha començat, ja ha fet la meitat: atreveix-te a saber, comença)¹. Però ja se sap, quan més s'investiga sobre un tema més incògnites poden sorgir, per tant, la recerca de la veritat pot ser infinita (tots coneixem la famosa frase de Sócrates). Així doncs, seria molt cobdiciós voler trobar una resposta precisa al perquè de la misogínia i el paper (subordinat) que ocupa la dona a les diferents societats. Tot i així, no és necessari trobar l'origen de les coses per fer canvis; aquest només ajuda a arribar a la comprensió (però no com una justificació).

Per altra banda, hi ha algunes autores i autors que fan incidència sobre el tema, com ara la filòsofa Celia Amorós o l'escriptora Silvia Federici. He començat fent referència a dos filòsofs molt coneguts amb les seves frases més transcendents, però com diu la Celia Amorós al seu llibre *Hacia una crítica de la razón patriarcal*, la filosofia l'han fet els homes. Ells han reflexionat (filosòficament) sobre tot tipus de temes i com no, sobre la dona. Per tant, el concepte *dona* l'ha construït el mateix que ha formulat el concepte *home*² (on l'element més determinant ha sigut el sexe), que a més és el mateix que ha exclòs dels afers polítics a la meitat de la població (sexe femení), creant una organització social discriminatoria en base a una ideologia que distorsiona la realitat en funció dels interessos de classe. El sexe femení s'ha trobat (i encara es troba en més o menys grau) en una situació de desavantatge i marginació en respecte a l'altre meitat genèrica (sexe masculí). La ideologia sexista utilitza el discurs generalista per fer desaparèixer la part femenina de la població, establint diferències per dificultar la seva integració en la concepció del món i es crea un sistema de complicitats³.

¹ *Sapere aude.* (s. f.). Aiete. Recuperat 6 d'agost de 2020, de <http://www.aiete.net/2016/10/dimidium-facti-qui-coepit-habet-sapere-aude-incipe/>

² Amorós, C. (1991). *Hacia una crítica de la razón patriarcal* (2.^a ed.). Anthopos. <http://www.redmovimientos.mx/2016/wp-content/uploads/2016/10/Amor%C3%B3s-Celia-Hacia-una-cr%C3%ADtica-de-la-raz%C3%B3n-patriarcal.compressed.pdf> (p.25-26)

³ Ibid., (p.27-30)

Per poder comprendre aquest tipus de mentalitat, Celia Amorós es recolza en diferents autors que parlen sobre el tema en qüestió, com ara Aristòtil, Hegel, Kant, Lévi-Strauss, Marx i Engels, que intenten justificar les diferències entre home i dona i el lloc que han d'ocupar en la societat. I malgrat que cadascú explica la seva teoria amb un vocabulari específic, el concepte principal que les resumeix és el següent: la dona (en aquest cas definida com a ésser amb aparell sexual femení, fent èmfasi a la seva capacitat reproductiva) ha d'estar supeditada a l'home (ésser amb aparell sexual masculí) per naturalesa. El fet que determina el seu rol actiu o passiu en la societat és que, per procrear, la dona reb i l'home dona. El sexe femení queda relegat a l'esfera privada i el sexe masculí s'ha de fer càrrec de l'esfera pública. A més, coincideixen amb que la dona té un dèficit intel·lectual que la limita i per tant, s'ha de sotmetre a l'home ja que no té la suficient capacitat per cuidar de si mateixa. Aquest pensament tan generalitzat (que ha conquistat les formes d'organització social des de fa mil·lenis), fa plantejar-se com s'ha arribat a aquest consens i si han existit altres formes de gestió social.

Celia Amorós parla sobre la teoria de les societats matriarcals⁴ i posa en dubte la seva existència, o al menys entesa com allò oposat al patriarcat. Pensa que aquesta hipòtesi té un origen misogin que intenta justificar aquest sistema, com un moviment nascut de l'home per protegir-se de la subjugació a la que estava sotmès. Per altra banda comenta que si el matriarcat ha existit, aquest ha sigut sense exercir cap poder polític i per tant, sense la necessitat d'expulsar l'home de la vida política. A l'article *El matriarcado: una apasionante controversia*⁵, Carolina Martínez (Doctora en Biología) fa una recerca sobre diferents punts de vista que recolzen la hipòtesi anterior. Primer fa referència als estudis de Carmen Olària (professora d'Arqueologia i Prehistòria de la Universitat Jaume I), on explica que no hi ha proves que evidencien l'existència de matriarcats, però en canvi sí que hi ha que demostren el patriarcat. Tot i així, aclareix que el tipus d'organització social de les primeres comunitats humanes era la tribu o el clan, estructurades en un sistema més o menys igualitari, on les relacions sexuals (probablement) eren comunals i el parentesc era *matrilineal*. De totes formes, afirma que a l'art del Paleolític Superior hi predomina la representació de símbols femenins. A més, Encarna Sanahuja i altres expertes, consideren que el més probable és que

⁴ Ibid., (p.274)

⁵Martínez, C. (2015, 14 octubre). *El matriarcado: una apasionante controversia*. <https://mujeresconciencia.com/2015/10/14/el-matriarcado-una-apasionante-controversia/>

durant la prehistòria, els clans es relacionaven des d'una relativa igualtat entre sexes i que el sotmetiment de la dona és una construcció social moderna influenciada pel capitalisme.

1.2. EL GRAN TABÚ

Hi ha dos factors clau que han contribuït a la visió nociva de la regla i que per tant, han originat el tabú: la ignorància i el patriarcat.

Segons el llibre *Flow* d'Elissa Stein i Susan Kim, a l'antiguitat moltes cultures consideraven que la regla era quelcom dolent, ja que només sabien que quan les persones de sexe femení deixaven de menstruar, aquestes se'ls inflava la panxa (es pensava que retenien la sang) i eventualment, naixia un o més nadons. El tabú de la regla es va crear a partir d'aquesta concepció, donant explicacions fantàstiques (mitològiques) que després es van convertir en religions. L'islam, el catolicisme, el judaisme i l'hinduisme consideren la menstruació com un símbol d'impuresa i brutícia. Aquesta visió ha provocat una degradació en la concepció del sexe femení en la societat, ocupant posicions inferiors i desiguals, plenes d'impediments i obstacles⁶.

A més, Silvia Federici, al seu llibre *Caliban i la Bruixa*, explica com a l'Edat Mitjana, durant la transició feudal al capitalisme, es va mercantilitzar (privatitzar) la terra i el cos dels éssers humans, convertint-se en peces de l'engranatge capitalista i separant la producció de la reproducció. El sistema familiar va canviar adoptant l'estructura estatal, on el patriarca havia de vigilar i controlar les classes subordinades. La dona es va convertir en un bé comú, ja que la seva funció biològica es considerava un recurs natural que servia per crear mà d'obra i quedava fora de l'escena mercantil. Per aquesta raó, es va criminalitzar el control natal i va començar la caça de bruixes. Consideraven que els coneixements sobre herboristeria eren un perill per la societat, la conservació de l'espècie humana i l'evolució del capitalisme (degut a que tenien els seus propis mètodes de control natal i medicina natural). Per això es penava l'avortament amb la mort, fins i tot quan es produïa per causes naturals. Quan per fi es van acceptar els anticonceptius com a forma de control natal (segle XVI), aquests es van destinar

⁶ Stein, E., & Kim, S. (2009). *Flow: The Cultural Story of Menstruation (English Edition)* (1.^a ed.). St. Martin's Griffin. <https://play.google.com/books/reader?id=Cmeg-CVLHiEC&hl=ca&printsec=frontcover&pg=GBS.PP1> (p.52)

a persones amb aparell sexual masculí (el preservatiu), concedint-li el poder total de decisió reproductiva⁷.

Aquesta necessitat per crear mà d'obra i la concepció que les persones de sexe femení eren un bé comú fomentava la visió negativa sobre la regla, ja que el fet de tenir-la significava que la persona no estava embarassada.

1.3. LA MENSTRUACIÓ A LA PUBLICITAT

El capitalisme és un sistema d'acumulació de capital que ha generat la creencia de la propietat privada, creant un model que es reproduïx en els diferents àmbits socials. Per tant, el cos de l'ésser humà, també és una propietat que es pot posseir, comprar i vendre⁸. Entre moltes altres coses, la menstruació és un dels processos biològics que s'ha mercantilitzat, però paradoxalment és un tema del que no se'n parla a l'esfera pública, ni tan sols als mateixos anuncis publicitaris. Tot i així, des de fa uns anys el moviment feminista s'ha enfortit exponencialment gràcies a Internet i a la popularització de les xarxes socials, on s'han creat espais de trobada i recolzament, facilitant la difusió d'informació sobre temes relatius a les persones de sexe femení. Alguns d'aquest temes són: visibilització de persones rellevants de sexe femení (artistes, científiques, etc) en pàgines específiques (això és discriminació positiva i tot i que no és cap solució, ha tingut èxit), naturalització de la regla i visibilització malalties que només afecten a persones de sexe femení (fins ara no s'havien investigat gaire aquests temes), denuncia de casos d'assetjament i recolzament (moviment *me too*, pàgines on es penjen vídeos d'assetjament al carrer, etc), entre molts altres exemples. Això ha provocat que cada cop hi hagi més consciència i fins i tot, es vagin produint canvis al món offline, com ara als anuncis de la menstruació.

La publicitat comercial es construeix a partir de marcs o *frames*, que per facilitar la comunicació, fa ús de símbols que reproduïxen els estereotips socials. Aquests univers simbòlic es construeix, paradoxalment, a partir d'un feedback entre els individus i la publicitat. Els primers incorporen els marcs de referència que consumeixen dels espots,

⁷Ibid., (p.253)

⁸Engels, F. (s. f.). *Engels: El origen de la familia, la propiedad privada y el estado. II. La familia.* <https://webs.ucm.es/info/bas/es/marx-eng/84of/84OF2.htm>. Recuperat 6 de juliol de 2020, de

definint el seu comportament i les seves necessitats. Alhora, la publicitat utilitza el discurs social reproduint els acords col·lectius que provenen de la cultura ⁹.

Per tant, sembla lògic que en una societat on la meitat de la població humana (de sexe femení) no s'ha inclòs de forma política fins fa poc, la menstruació sigui un tema tabú del que no se'n parla a l'esfera pública i que quan es fa és perquè hi ha un interès econòmic subjacent. Però ni tan sols en aquesta circumstància es menciona la paraula *menstruació* o *regla*, sino que se'n parla des de metàfores o sobrenoms. Sembla contradictori el fet que la sang provinent de la violència explícita (de pel·lícules i sèries) no generi aversió i en canvi, s'hagi de substituir la sang menstrual per un líquid blau a espots publicitaris que duren menys de 30 segons ¹⁰. Al treball de fi de grau de Sheila Navalon Esbri (estudiant de Publicitat i RRPP de la Universitat Jaume I) *La incidencia del feminismo en los anuncios de compresas* ¹¹ en España (2012-2018), investiga aquest fenomen a partir de l'anàlisi dels anuncis publicitaris d'Evax i Ausonia. Ella també arriba a la conclusió que des de fa uns 10 anys, el moviment feminista ha començat a fer un impacte significatiu tant en l'esfera privada com en la pública, repercutint en la societat i fins i tot, arribant al món de la publicitat i l'educació. La seva conclusió és que, tot i que les marques anteriors (les úniques que han tingut una constància publicitària i que controlen el panorama general dels productes per al tractament de la menstruació) han evolucionat, segueixen tractant la menstruació des del discurs hegemònic.

Per una banda, les dues marques han inclòs més varietat de persones (edat, color de la pell, estatura i pes), però queden dins del cànon de bellesa acceptat. També hi ha anuncis que inclouen persones de sexe masculí, però aquests només representen una figura que ha d'aprovar el producte (sent ell el subjecte que ha de determinar si es nota o no la presència de la menstruació). També ha canviat la forma de representar la regla; en un principi es mostraven situacions insòlites i poc habituals (persones menstruants fent acrobàcies a llocs surrealistes), però avui dia els escenaris són més costumistes.

⁹ Berger, P.L. & Luckmann, T. (1967). La construcción social de la realidad. Buenos Aires, Amorrortu. <https://zoonpolitikonmx.files.wordpress.com/2014/09/la-construccion-social-de-la-realidad-berger-luckmann.pdf> (p.29)

¹⁰ Stein, E., & Kim, S. (2009). *Flow: The Cultural Story of Menstruation (English Edition)* (1.^a ed.). St. Martin's Griffin. <https://play.google.com/books/reader?id=Cmeg-CVLHiEC&hl=ca&printsec=frontcover&pg=GBS.PP1> (p.49)

¹¹Navalon Esbri, Sheila (2019). *La incidencia del feminismo en los anuncios de compresas en España (2012-2018)* (Treball de fi de grau). Universitat Jaume I (Castelló de la plana) http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/184802/TFG_2019_NavalonEsbri_Sheila.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Altres característiques no han canviat, com el fals reclam que ambdues marques volen fer creure: venen la idea de que amb la seva marca desapareixen els símptomes de la regla (com ara la incomoditat i el dolor que pateix una gran part de la població). A més, el discurs que promulguen no ha canviat; tenen com a leitmotiv que la regla fa pudor, s'ha d'ocultar, és un producte de rebuig sinònim d'inseguretat i brutícia (anomenant producte d'*higiene* femenina a les compreses i tampons) i finalment, que és un assumpte que només concerneix a persones de sexe femení i per descomptat, no se'n parla des de la perspectiva de gènere. Això es pot comprovar amb eslògans com: "Muy segura, muy mujer" (Ausonia) o "Te sentirás limpia, te sentirás bien" (Evax). (Tampoc han canviat cap dels seus productes per tal que siguin ecosostenibles).

Per altra banda, al 2018, Ausonia va canviar el líquid blau per un de rosa, s'ha involucrat en l'estudi del càncer de mama i en els seus anuncis surt representada la sororitat. A més, tant Evax (*WC Confidencial*) com Ausonia (juntament amb Evax, *ACERCA DE TI*) han creat un programa que pretén ser educatiu a YouTube, on parlen de temes relacionats amb la regla, però que perpetuen els estereotips de gènere i són bastant ridículs.

Dins del mateix camp d'investigació, Gemma Ros Miralles (estudiant de Publicitat i RRPP la Universitat Jaume I) també ha fet el treball de fi de grau sobre anuncis publicitaris de productes per al tractament de la menstruació: *Los tabúes de la menstruación en la comunicación publicitaria de productos de higiene femenina: Análisis discursivo de tendencias emergentes desde la igualdad de género*. Ha escollit anuncis estrangers suposadament transgressors: *Like a girl* (2014) de la marca Always i *The camp gyno* (2013) de la marca Hello Flo. Els resultats que ha obtingut de la seva investigació són que ambdós perpetuen els valors preestablerts sobre la regla (mateixa simbologia i tractament cultural), però trencant amb els *frames* hegemònics de la comunicació publicitària (visibilitzant que la regla existeix però que no se'n pot parlar en l'espai públic). El primer segueix sense mencionar la menstruació i perpetuant els cànons de bellesa (a més del color blau que predomina durant tot l'anunci), però el segon utilitza estereotips transgressores que visibilitzen la realitat social sobre com es concep la regla (desde la vergonya) i afegeix un personatge transgressor que se sent orgullosa de tenir-la i per tant, intenta ajudar les seves companyes. Tot i així, quan s'anuncia la marca, un dels seus valors és la discreció, trencant amb el discurs anterior.

Però avui dia, quin és el paper que ocupen les persones de sexe femení en la publicitat? A principis del segle XX, la majoria dels anuncis anaven dirigits a aquesta part de la població, ja que el seu rol es reduïa al de mestressa de casa (encara que moltes treballaven en feines no reconegudes) i (suposadament) podien veure molt més la televisió que no pas els marits, els quals tenien la funció de treballar fora de casa¹².

La televisió i, en concret, la publicitat, des de sempre han reproduït els estereotips de gènere (teoria dels *frames* que hem mencionat anteriorment). Aquests han evolucionat, com també ho fa la societat, creant-ne de nous. Actualment, els espots publicitaris ja no anuncien un producte, sinó que venen estils de vida que es poden aconseguir adquirint l'article en qüestió. Segons Silvia M^a Vega, Ana Merchán i en Daniel Barredo al seu article *Roles de género en los contenidos publicitarios [...]*¹³, l'univers femení a la publicitat d'avui dia tendeix a mostrar diversos tipus de dones que es poden resumir en dos: la primera segueix els cànons de bellesa (patró corporal estètic o PCE) i es representa com una persona ociosa, d'alt nivell social, allunyada de la vida laboral i de la maternitat. L'altre, que no compleix amb aquest PCE, es representa com una persona de classe mitjana que té cura de la seva llar i és maternal. Se li atribueix una parella masculina i dona a entendre que també treballa fora de casa.

A més, segons l'article *Percepción de los comportamientos y patrones corporales asignados a la mujer en la publicidad*¹⁴ dels mateixos autors, els estereotips de gènere, en concret els femenins, apreciant la dona a partir de la seva estètica per sobre del seu intel·lecte i de les seves capacitats. Aquest es vincula a la joventut, una característica que és impossible de conservar, invalidant la maduresa i la vellesa (negant-la i ocultant-la), sent aquesta l'única propietat que es valora. I tot i que les persones són conscients d'aquests patrons impossibles, el constant bombardeig d'aquest tipus de cànon de bellesa naturalitza aquesta visió de les

¹²Pessi, M. S. (2010, julio). *TABÚ Y PUBLICIDAD. EL TITULAR EN AVISOS PUBLICITARIOS GRÁFICOS DE PRODUCTOS PARA EL PERÍODO MENSTRUAL (1930-1955)*. Revista de Estudios Filosóficos. <http://www.tonosdigital.com/ojs/index.php/tonos/article/view/411g>

¹³Vega Saldaña, S. M., Barredo Ibáñez, D., & Merchán Clavellino, A. (2019, 15 marzo). *Vista de Roles de género en los contenidos publicitarios de las revistas femeninas de alta gama españolas, su asociación con los patrones femeninos corporales restrictivos y la percepción que tiene la mujer real de este fenómeno*. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/67009/4564456552704>.

¹⁴Vega Saldaña, S. M., Barredo Ibáñez, D., & Merchán Clavellino, A. (2019, 9 enero). *Percepción de los comportamientos y patrones corporales asignados a la mujer en publicidad*. http://institucional.us.es/revistas/Ambitos/44/Art/Percepcion_de_los_comportamientos_y_patrones_corporales_asignados_a_la_mujer_en_publicidad.pdf.

persones de sexe femení en l'inconscient col·lectiu. L'ideal que venen les empreses de publicitat es resumeix en un ésser amb trets infantils, com ara l'extrema primor, la inexistència del pèl corporal i la debilitat física, acompanyada d'una personalitat seductora i depenent, focus del desig.

sense títol

Las aguas están revueltas
y he aprendido a aceptarlo.

Ya no me ahogo ahí,
sino que sencillamente

me ahondo,
nado

y cuando lo necesito
hago el muerto.

Dejo que salga flotando
todo eso que no me gusta

con la calma de un alga
que emerge a la superficie

y atranca en la costa.

En este mar de incertidumbre
me ha tocado ser el ancla

que ve tierra firme
de los ojos de las personas

y deja aparcados por instantes
todos sus vaivenes.

No me molesta
ser agua,

antes le temía
a las profundidades del océano

y ahora hago yoga
para dejar que el cuerpo

se eleve y tome forma.

Soy agua
y me adapto

al recipiente,
a la situación,

soy agua
y soy burbujas

y soy la marea
que veis en los tembleques
del no saber que hacer,

pero también
la placidez de un día de verano

amansado por la tranquilidad
de saberse.

Menstrúo
y me siento turbia,

luego recuerdo

lo afortunada que soy
de poder sonsacarle al mar

todo lo que le disgusta,

abrazo desde las fosas
hasta la cresta de las olas

la descomposición natural
del agua del mar,

que seré lluvia,
sal
y recuerdos.

Mañana
el agua filtrará en la tierra

y florecerá una planta,

quién sabe
si junco o pino

pero eso ahora
no me concierne.

Estoy tranquila
porque el mar

me ha enseñado
como estarlo

en constante movimiento.

2. EL PAS DEL TABÚ A L'APODERAMENT A TRAVÉS DE LA MENSTRUACIÓ

“I can’t believe a film about menstruation just won an Oscar”¹⁵ diu Rayka Zehtabchi, directora del documental *Period. End of Sentence*, guanyadora de l’Oscar a millor documental curt al 2019. És meravellós que un documental dirigit per dones que tracta sobre dones i menstruació hagi guanyat un premi en aquesta cerimònia tan famosa i és tan significatiu com evident que sorprengui. No es pot culpar l’Acadèmia de les Arts i les Ciències Cinematogràfiques per no haver inclòs aquests temes prèviament: els Oscars només són un reflex de la nostra societat i s’hi fa evident el privilegi blanc cisheteronormatiu i misogin, on cada any hi ha una predominància de candidats masculins a les categories més importants, a més que el jurat de l’Acadèmia al 2020 es compon només d’un 35% de dones¹⁶, temps després del moviment #MeToo i #Time’sUp contra l’assetjament i la discriminació arran del cas Harvey Weinstein a Hollywood¹⁷. Així doncs, el fet de que *Period. End of Sentence* hagi guanyat un premi als Oscars es podria considerar una prova que la societat està canviant (en alguns aspectes), combatint l’opressió i la desigualtat. A més, evidencia que la societat comença a acceptar que la menstruació és un tabú i que s’ha de desmitificar i despatologitzar.

“A period should end a sentence, not a girl’s education”, diu Melissa Berton a l’entrega de premis, component de l’organització Girls Learn International, que juntament amb The Pad Project (dues ONGs que volen facilitar l’accés a l’aprenentatge) van iniciar un projecte per portar una màquina de producció de compreses de baix cost a Kathikhera (Índia) per tal que les habitants poguessin abastir-se’n. Això els va portar petits beneficis econòmics a més d’una millora en la qualitat de vida. D’aquí neix el documental; una mostra de com es concep la menstruació a l’Índia rural. Allà les persones menstruants pateixen restriccions arrelades a tradicions molt antigues. Per exemple, se’ls prohibeix l’entrada a temples, dormir en llits, tocar altres persones i cuinar per por a que el menjar s’espallí. A més, hi ha una gran dificultat per accedir a productes per la menstruació degut a pobresa, la vergonya i la

¹⁵Olivia Colman and Green Book win Oscars. (2019, 25 febrero). BBC News. <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-47352722>

¹⁶Castellón, M. (2020, 8 febrero). Oscar 2020: ¿Dónde están las mujeres? Fuera de Foco. <https://fueradefoco.com.mx/destacados/oscars-2020-donde-estan-las-mujeres/>

¹⁷Flores, A. B. G. (2020, 18 abril). Los premios Oscar de Time’s up y Me Too. RTVE.es. <https://www.rtve.es/noticias/20180228/oscar-times-up-too/1686208.shtml>

ignorància (la majoria de persones no saben què és la regla i ho entenen com una malaltia). Aquest projecte ha tingut una gran repercussió a l'Índia, ja que tres anys després d'haver instal·lat la màquina, més de 40 pobles s'han abastit de compreses i s'ha instal·lat una altra a Sudhna¹⁸.

Tornant a la frase de la professora Berton, ella vol denunciar que en molts llocs el fet de tenir la regla provoca que les persones menstruants deixin d'assistir a l'escola per falta de productes per a la menstruació i tot el que això implica. Per tant, és imperatiu resoldre aquest tabú que afecta la meitat de la població humana. Als llocs on s'ha repartit la màquina, el tabú ha començat disminuir, majoritàriament entre les dones, que han començat a parlar sobre temes relacionats amb la menstruació gràcies als coneixements que els van aportar les ONGs i pel simple fet de treballar amb una màquina que els ajuda a fabricar les compreses. Moltes d'elles no treballaven ni anaven a l'escola per les dificultats que hem esmentat anteriorment i ara ja ho poden fer. És interessant veure com un tabú deixa de ser-ho si se'n parla i s'integra amb naturalitat.

La solució es troba en esbrinar quina és la millor forma de fer-ho, ja que integrar en el sistema aquells ítems que conformen les discriminacions per obtenir la igualtat té els seus perills. Cada col·lectiu té unes necessitats que moltes vegades no s'adapten a la normativitat hegemònica i intentar adaptar-les a un sistema preestablert és impossible. Així doncs, aquesta integració està jerarquitzada per persones privilegiades que accepten a unes altres, per tant, l'acceptació és tolerància i això implica superioritat. Llavors es pot afirmar que és necessari refer el sistema, però per arribar a això cal visibilitzar totes aquestes discriminacions i polititzar-les, ja que l'ideal comporta un procés de conscienciació i canvi.

Als següents apartats s'analitza Internet com a eina per transgredir els tabús de la regla a través del ciberactivisme menstrual.

¹⁸“*Period. End of Sentence*”: 7 cosas que debes saber del documental ganador del Oscar sobre el tabú de la menstruación. (2019, 25 febrero). MOR.BO. <https://www.ismorbo.com/period-end-of-sentence-7-cosas-que-debes-saber-del-documental-ganador-del-oscar-sobre-el-tabu-de-la-menstruacion/>

2.1. CIBERACTIVISME MENSTRUAL

El segle XXI és l'era de la informació i la comunicació (entre d'altres) i això és possible gràcies a Internet, una eina que connecta les persones d'arreu del món i posa la informació a l'abast de tothom que hi tingui accés. Una de les aplicacions que més èxit ha tingut ha estat la creació de les xarxes socials, un entorn de generació i difusió de continguts. Com diu Maria Del Rosario Ramírez Morales en el seu article *Ciberactivismo menstrual: feminismo en las redes sociales*¹⁹, els usuaris s'han apropiat de les xarxes socials creant col·lectius virtuals que han facilitat la generació de moviments socials de caire reivindicatiu, que tenen l'objectiu de visibilitzar les problemàtiques socials discriminatòries i la creació d'espais segurs d'informació i cures. Això porta a disminuir la sensació d'alienació de les persones socials al·ludides i les apodera pel fet de formar part d'un grup que es troba en una situació similar.

En el cas de la menstruació, Ramírez explica com hi ha col·lectius de dones que utilitzen les xarxes socials per debatre, educar, facilitant informació, naturalitzant el cos femení i les seves funcions i despatologitzant la regla mitjançant la seva visibilització en plataformes digitals. Aquest espai de coalició, aprenentatge i debat genera repercussions que trascendeixen a nivell offline; una forma contemporània de participació política activa que unifica la vida dins i fora d'Internet. El ciberactivisme està caracteritzat per l'apoderament, la cultura col·laborativa, la distribució lliure d'informació (i per tant el seu accés) i la generació d'estratègies i formes d'acció col·lectives per senyalar i combatre allò invisibilitzat. Segons l'autora, el ciberfeminisme és un moviment que troba en l'ús d'Internet una forma de construir el subjecte i la seva identitat més enllà del gènere i per tant, entén la xarxa com l'escenari idoni per acabar amb els pilars del sistema patriarcal, que per inèrcia es trasllada a la blogosfera canviant el comportament social de les persones.

En el cas de la menstruació, el ciberactivisme menstrual reivindica alternatives conceptuals per entendre la regla des de perspectives diverses, entre les quals destaca la visió social, cultural i política del cos i, per altra banda, la *menstruació conscient*: un discurs que fusiona el món espiritual i biomèdic més enllà d'allò hegemònic, fomentant

¹⁹ Ramírez Morales, M. . d. e. l. . R. (2018, 18 septiembre). *Ciberactivismo menstrual: feminismo en las redes sociales*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/336915302_Ciberactivismo_menstrual_feminismo_en_las_redes_sociales_Menstrual_cyberactivism_feminism_in_social_networks

l'autoconeixement i la sororitat. Són gairebé idèntics, tant el primer com el segon tenen el mateix objectiu i ambós són moviments polititzats, ja que busquen un canvi social i la cura de l'entorn (ecofeminisme).

Per poder entendre la relació que hi ha entre l'ecologia i el feminisme, cal saber que el segon es tracta d'un moviment que recull totes les formes de discriminació, explotació i opressió generades pel sistema androcèntric. Aquest té l'objectiu d'alliberar els perjudicats i les perjudicades de tots els àmbits. Es tracta d'una visió que neix de la presa de consciència del col·lectiu de persones amb sexe femení i de l'empatia amb els afectats i les afectades pel patriarcat²⁰. D'aquí deriva l'ecofeminisme, que lluita contra l'explotació de la naturalesa generada per aquesta idea capitalista-antropocèntrica-patriarcal amb l'objectiu de tenir cura del planeta i revertir els danys mitjançant el canvi social i polític²¹.

Ramírez també diu que les propostes contemporànies dels *activismes* menstruals parteixen de la idea que la clau per transformar el tabú és l'ecofeminisme com a forma alternativa pel tractament de la sang menstrual. A l'article acadèmic *Ecofeminisme i el cuerpo de la mujer*²² escrit per Daniela Rey, Carolina Sohm, Silvia Rodríguez, Mariana Escobar i Erika Fajardo, s'hi troba una àmplia reflexió sobre el tema en qüestió. Afirmen que l'ecofeminisme, un moviment nascut als anys 70, relaciona la degradació del món natural, quant a l'explotació dels recursos naturals per part de les activitats humanes relatives al capitalisme, amb la subordinació i la opressió del sexe femení, que es troba objectivat i instrumentalitzat al servei del capitalisme. El compromís d'aquest moviment és fer entendre que la Terra i el cos són indivisibles holísticament. Volen erradicar els prejudicis de gènere i fer entendre la importància de valorar i conservar els ecosistemes, juntament amb tots els elements que els conformen (ja siguin éssers vius o inerts). No conceben la idea d'ésser humà sense una dimensió ambiental que procura la cura del seu entorn i entén el món com un tot, eliminant la visió androgènica heretada. Per aquest motiu proposa alternatives per generar menys residus a l'hora de tractar la regla o que almenys siguin de materials biodegradables i

²⁰ Valera, Nuria. (2005). *Feminismo para principiantes*. (1^a edición 2013). Barcelona: B de Bolsillo. (p.98)

²¹ Novillo, C. (2020, 20 febrero). *Qué es el ecofeminismo*. [ecologiaverde.com. https://www.ecologiaverde.com/que-es-el-ecofeminismo-2078.html](https://www.ecologiaverde.com/que-es-el-ecofeminismo-2078.html)

²² Rey, D., Sohm, C., Rodríguez, S., Escobar, M., & Fajardo, E. (2019, 5 diciembre). *Ecofeminismo y cuidado del cuerpo de la mujer*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/338611922_ECOFEMINISMO_Y_CUIDADO_DEL_CUERPO_DE_LA_MUJER#read

sostenibles, com per exemple, l'ús de la copa menstrual, compreses de tela o compreses d'un sol ús que compleixin les condicions esmentades.

A continuació es descriuen les dues estratègies principals del ciberfeminisme per visibilitzar la menstruació. Ambdues tenen en comú que entenen el cos com un espai polític, la menstruació com un procés de resistència i es proposen com a objectiu generar canvis en les concepcions culturals a partir de l'autonomia corporal i el tractament de la regla.

2.1.1. ACTIVISME MENSTRUAL RADICAL

Aquest tipus d'activisme posa en el centre la importància de la visibilització dels cossos menstruants i els seus processos biològics, emocionals i psíquics per tal de despatologitzar i naturalitzar la menstruació, ja que el seu ocultament ha dut al desconeixement i la ignorància. Segons Ramírez, per parlar de la menstruació s'ha de fer des de la terminologia de la salut (que implica una inclusió en les polítiques públiques i els drets) i no de la higiene (ja que això porta a pensar la regla com allò brut que s'ha de netejar i ocultar). Per això també es parla de persones de sexe femení i no de dones, ja que aquest tipus d'activisme (es podria anomenar queer), també té l'objectiu d'erradicar el pensament bigènere.

En parlar de menstruació i gènere trobem que una de les característiques principals a l'hora de definir la dona és el fet de tenir la regla. És habitual sentir la frase “Ja és una dona” quan es produeix la menarquia, però això és realment així? La meitat de la població humana neix amb el sexe femení, però no totes aquestes persones tenen el període. Alguns dels motius més comuns són: malalties, estrès, medicaments, píndola anticonceptiva, menopausia i transició hormonal (entre molts altres). Es relaciona amb el fet de poder concebre una criatura, però, fins i tot, moltes persones que tenen la regla són estèrils. Es tracta d'una funció biològica que pot tenir un significat diferent per a cada persona. A més, el gènere és una construcció social que dictamina el paper que han d'ocupar les persones dins la societat i les classifica segons el seu sexe²³.

²³Bell, J. (2017, 16 julio). *Sí, si puede hablar de menstruación más allá del género*. HelloClue. <https://helloclue.com/es/articulos/ciclo-a-z/como-hablar-de-menstruacion-mas-alla-del-genero>

2.1.2. ACTIVISME MENSTRUAL ESPIRITUAL

La *menstruació conscient* és un moviment que té l'objectiu de venerar el cos des de l'autoconeixement, l'ecofeminisme i les cures des d'una visió espiritual que va més enllà de les institucions religioses conegudes. María del Rosario Ramírez Morales, en el seu article acadèmic *Del tabú a la sacralidad: La menstruación en la era del sagrado femenino*²⁴, explica com aquesta vessant és simplement una forma d'institucionalitzar i conscienciar les persones de la relació que tenen amb el seu entorn i amb elles mateixes (des de la feminització d'allò sagrat), considerant la dona la peça del canvi. Es tracta d'una espiritualitat contemporània que es basa en el desenvolupament de l'ésser interior i en el *sagrat femení* o (també anomenat Retorn de la Deessa), un concepte provinent del feminisme místic que busca la transformació dels estàndards socials i culturals actuals (considerats com a part de l'*era masculina*), amb l'objectiu d'abolir les dinàmiques de gènere i crear una societat més equilibrada i harmònica.

Alberto Alba Alonso parla d'aquest tema en l'article *Diversidad sexual: Apuntes básicos*²⁵, on explica que els genitals van més enllà dels estereotips de gènere i que existeix una gran varietat. Es coneix com a sexe biològic al conjunt d'elements anatòmics i fisiològics relacionats amb la sexualitat i està compost per una varietat d'elements que, depenent de les proporcions i quantitats, genera una diversitat molt àmplia de cossos que es poden dividir en tres grups: diversitat de femelles, diversitat de mascles i diversitat d'intersexuals (no es tracta d'hermafrodites, sinó que presenten característiques de cadascuna de les classes anteriors), que van lligats a rols de gènere.

Com diu l'antropòloga Ramírez, tot això es duu a terme a partir d'un canvi de paradigma basat la importància de l'autoconeixement, la consciència, l'espiritualitat holística i l'apropiació i veneració del cos i les emocions. Aquest discurs influeix (sobretot) en les persones de sexe femení, ja que ha format part del gènere objectivat, instrumentalitzat i

²⁴ Ramírez Morales, M. . d. e. l. . R. (2018, 18 septiembre). *Ciberactivismo menstrual: feminismo en las redes sociales*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/336915302_Ciberactivismo_menstrual_feminismo_en_las_redes_sociales_Menstrual_cyberactivism_feminism_in_social_networks

²⁵ Alosó, A. A. (s. f.). *Diversidad sexual (Apuntes Básicos)*. Congreso FAPMI. Recuperat 6 de juny de 2020, de https://www.congresofapmi.es/imagenes/auxiliar/XIIICong_Ponentes_PBP_Alberto%20Alba_Apuntes%20B%C3%A1sicos.pdf

hipersexualitzat. Es tracta d'una tradició ideològica diferent a la judeocristiana, on es considera la dona una creació completa i no un ésser creat a partir d'un model masculí o fins i tot de déu. Per tant, és un ésser complet en si mateix.

Per consegüent, es redefineix els significat de la menstruació. La visió impura i contaminant es canvia per una noció purificadora i sagrada de la sang menstrual. Aquest canvi de mentalitat provoca nous interessos socials, fins i tot en la ciència, que, a partir d'aquest canvi de paradigma (i de la inserció de la dona en àmbits científics), ha començat a investigar temes relatius a la dona.

Per exemple, des del 2007 se sap que en la regla es troba una gran quantitat de cèl·lules mare que provenen de la paret de l'úter. A més, aquestes són capaces de diferenciar-se en més tipus i es divideixen molt més ràpid, facilitant la regeneració cel·lular i la seva assimilació. Es tracta d'una font més accessible i menys invasiva que les que s'obtenen mitjançant l'extracció per medul·la òssia o pel cordó umbilical²⁶. El 2010, el diari *La Razón* va publicar un article sobre aquest tema amb el següent titular: “La menstruación, una valiosa fuente de células madre”²⁷. És sobtadament trobar a la mateixa frase les paraules *valiosa* i *menstruació* als mitjans de comunicació; des de sempre la sang menstrual s'ha vist com un fluid contaminant, però ara que té un interès científic beneficis per a tota la població es valora. A l'article de *La Razón* es parla del caràcter moral d'aquest tipus d'intervenció. Ells afirmen que és un procés que no presenta dilemes ètics, però sembla una hipocresia que es vulgui utilitzar la sang menstrual i 10 anys després d'aquest descobriment es segueixi fent un tractament de la regla tant despectiu als anuncis.

Tot això es promou des de grups que combreguen amb aquestes ideologies i sobretot es duu a terme des dels anomenats *Cercles de dones* (generalment les persones que participen en aquests cercles són persones cisgènere).

²⁶Capella, M. (2020, 19 marzo). *Usos de la menstruación: ¿qué contiene la sangre menstrual? - Sileu cup*. Sileu cup copas menstruales y accesorios. <https://sileu.com/es/usos-de-la-menstruacion/?v=796834e7a283>

²⁷ *La menstruación, una valiosa fuente de células madre*. (2015, 23 julio). *La Razón*. <https://www.larazon.es/atusalud/salud/la-menstruacion-una-valiosa-fuente-de-celulas-madre-GG10349593/>

2.2. ANÀLISI D'UNA SELECCIÓ DE COMPTES D'INSTAGRAM SOBRE ACTIVISME MENSTRUAL

Avui dia, degut als avenços tecnològics i la ciència, l'evolució ha agafat un ritme exponencial i tot avança molt més ràpid, deixant constantment obsolets coneixements i conceptes (fins i tot contemporanis). Per això, Internet és una gran eina pedagògica que s'actualitza a diari i el seu ús és indispensable per distribuir la informació. En el cas de la pedagogia menstrual és indispensable, ja que en les institucions educatives gairebé no se'n parla. La informació és accessible, però l'interès per informar-se ha de sorgir de la persona. Per això no és suficient que existeixi aquesta eina, sinó trobar la forma d'arribar a tothom. Donar visibilitat és important per transgredir i naturalitzar tot allò que surt de la norma. La normalitat²⁸ és un concepte molt limitat que es considera hegemònic, però la realitat és tan diversa que és impossible ajustar-se a les impositcions que dictaminen allò correcte. Des del ciberactivisme²⁹ es promouen alternatives per entendre i tractar la sang menstrual a través de perfils pedagògics que visibilitzen la regla, desfan tabús i eduquen. Un dels objectius és facilitar informació i articles relacionats amb el tema en qüestió. Ho fan mitjançant blogs de divulgació i xarxes socials com Facebook, Twitter i Instagram. És usual que l'entitat divulgadora utilitzi aquestes plataformes per publicar el mateix contingut en cadascuna d'elles i així arribar a més persones (com a estratègia de màrqueting). De vegades, si la informació és molt extensa, s'utilitzen aquestes plataformes només per anunciar-la i s'afegeix un hipervincle que condueix els usuaris a la informació d'interès. Per aquest motiu he escollit Instagram per fer l'anàlisi de continguts, una de les xarxes socials de més abast mundial, on conflueixen usuaris i usuàries d'una àmplia franja d'edat.³⁰

A continuació s'analitzaen 8 comptes d'Instagram; 4 d'activisme radical (Activismo Menstrual | Comunidad #tengolaregla, Menstruación Consciente SLP, Mimosa Kit, CYCLO

²⁸Norma. (s. f.). En *Real Academia Española*. Recupert 9 de juliol de 2020, de <https://dle.rae.es/norma>

²⁹ Ramírez Morales, M. . d. e. I. . R. (2018, 18 septiembre). *Ciberactivismo menstrual: feminismo en las redes sociales*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/336915302_Ciberactivismo_menstrual_feminismo_en_las_redes_sociales_Menstrual_cyberactivism_feminism_in_social_networks

³⁰Bayó, S. (2020, 28 abril). *¿Cuál es la edad de los usuarios de las redes sociales?* Agencia Marketing Digital Barcelona - Mediaclick. <https://www.mediatick.es/blog/cual-es-la-edad-de-los-usuarios-de-las-redes-sociales/>

| Menstruación sostenible) i 4 d'activisme espiritual (OchoLunas | Comunidad Ocho Lunas, Llum de Lluna | Judith, Mujer Cíclica i Núria Peguera).

L'anàlisi consisteix a seleccionar 6 fotografies de cada compte que siguin representatives del contingut que generen i a continuació s'estudien les imatges, el text de la descripció, els temes que tracten i la recepció per part de les usuàries i els usuaris. Per tenir una visió més subjectiva s'ha enviat un formulari als comptes escollits, dels quals només han pogut contestar 4³¹.

2.2.1. ANÀLISI DE COMPTES D'INSTAGRAM SOBRE ACTIVISME *RADICAL*

Activismo Menstrual | Comunidad #tengolaregla
@tengo_la_regla

Presentació:

És un compte sense ànim de lucre gestionat per l'Ara Maldonado Moreno (una estudiant de 25 anys del Sud de Badajoz), creat al 2019 amb l'objectiu de proporcionar informació sobre el cicle menstrual i fomentar l'autoconeixement. Com diu a la seva presentació, per ella menstruar és un acte polític, econòmic, social i cultural que requereix una implicació col·lectiva.

A la descripció hi ha un hipervincle que porta al seu blog, on publica el mateix contingut, només que en un altre format.

Anàlisi:

Imatge 1:

³¹ Veure Anex 1.



Ara Maldonado Moreno [@tengo_la_regla]. (24/05/2019) *Seguramente nuestras madres o abuelas nos hayan dicho alguna vez que la menstruación duela es normal... pero NO, no es[...]*. [Imatge] Instagram. <https://www.instagram.com/p/Bx1-Pd2IKFl/>

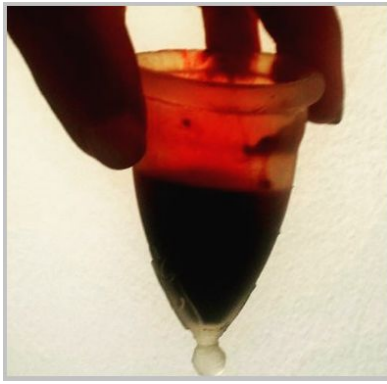
Es tracta d'una il·lustració on surt representada la pelvis, la vulva (amb pèl púbic) i en comptes d'ovaris hi ha dues granades explosives. A més, hi ha escrit “Dolor normalizado también es patriarcado” i el nom del compte.

És una metàfora que representa el dolor que pateixen algunes persones menstruants i reivindica que la normalització del dolor de la regla és deguda al patriarcat.

A la descripció de la imatge informa a les seguidors i seguidors que poden haver-hi molèsties durant el cicle menstrual, però que el dolor extrem de la regla no es normal. Explica com la societat ha après a silenciar aquests temes degut al tabú que ha suposat la menstruació. El dolor s'ha lligat al fet de ser dona i per aquesta raó no s'ha investigat fins fa poc les veritables causes d'aquests dolors. Aquests poden ser malalties tals com la dismenorrea, l'amenorrea, l'endometriosis i SOP (no afegeix cap més) i com des de la ginecologia clínica no es diagnostica ni es tracta per desconeixement.

En aquesta publicació, la majoria de respostes per part dels seguidors i seguidors han sigut de rebuig i confrontació cap al missatge de la imatge. Per altra banda, altres persones (i la mateixa gestora del compte) han respost als comentaris aportant més informació per tal d'aclarir possibles dubtes sense entrar en conflicte.

Imatge 2:



Ara Maldonado Moreno [@tengo_la_regla]. (5/11/2019) *Dejad de decir que es sucio, Dejad de decir que da asco, Dejad de decir que nos hemos puesto malas.[...]*. [Imatge] Instagram. <https://www.instagram.com/p/Bx1-Pd2IKF1/>

És una fotografia d'uns dits agafant una copa menstrual plena de sang. La imatge està poc il·luminada i això provoca que la sang no es vegi ben definida; sembla una composició pensada per no ser massa explícita.

És una imatge literal que mostra un gest quotidià d'una persona menstruant en utilitzar la copa i allò que n'obté. Tenint en compte el context social, és una imatge impactant per aquelles persones sensibles al tema de la menstruació.

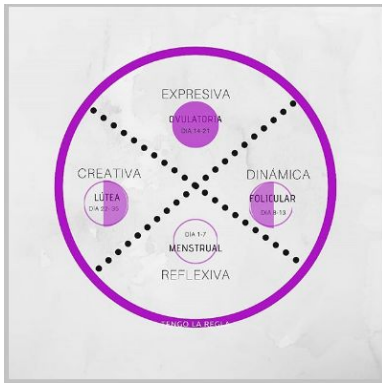
En la descripció de la imatge, mitjançant un enunciat en forma de poesia prosaica, reivindica la naturalització de la regla i assenyala el mal que fa l'estigma de la regla i les persones que el perpetuen:

“ Dejad de decir que es sucio,
Dejad de decir que da asco,
Dejad de decir que nos hemos puesto malas.
Dejad de decir que no queréis tener sexo mientras,
Dejad de decir que estamos locas, porque no entendéis más allá de
linealidad de las hormonas masculinas.

Esta sangre, la que sale de nuestros úteros es pura y está en contra de
vuestros estigmas de mierda.”

No hi ha interacció per part dels usuaris i usuàries.

Imatge 3:



Ara Maldonado Moreno [@tengo_la_regla]. (13/08/2019) *ENERGÍAS y CICLO MENSTRUAL: Parte del autoconocimiento es aprender a reconocer las diferentes fases del ciclo menstrual.-* ●FASE MENSTRUAL: es la [...]. [Imatge] Instagram. <https://www.instagram.com/p/Bx1-Pd2IKFI/>

Es tracta d'una imatge esquemàtica on es troben representades les diferents fases del cicle menstrual i en cada una d'elles com afecten les hormones, en general, a les persones menstruants. Es divideix en:

Día 1-7 | Menstrual | Reflexiva.

Día 8-23 | Dinámica | Folicular

Día 14-21| Expresiva | Ovulatoria

Día 22-35 | Creativa | Lútea

L'objectiu d'aquesta publicació és que les persones menstruants prenguin consciència dels efectes que els provoquen els altibaixos hormonals, redirigint aquesta energia i adaptant-la a la seva vida.

En la descripció de la imatge explica detalladament cadascuna de les fases del cicle menstrual i quins són els efectes fisiològics, hormonals, físics i psicològics que generen.

No hi ha interacció per part de les usuàries i els usuaris.

Imatge 4:



Ara Maldonado Moreno [@tengo_la_regla]. (8/1/2020) *En los próximos días hablaremos de la #menstruacionconsciente y de las alternativas sostenibles que existen para menstruar. La comercialización de[...].* [Imatge] Instagram. <https://www.instagram.com/p/B7Dbnk6INfS/>

És una imatge senzilla en la qual hi ha escrit el missatge “Menstruación consciente” i el nom del compte. Es tracta del primer de 6 posts que tenen l’objectiu d’informar sobre les alternatives sostenibles que existeixen per tractar la sang menstrual.

En la descripció fa una crítica als productes habituals (tampons i compreses) per a la menstruació. Critica que estiguin considerats productes d’higiene, a més de la imatge que donen els anuncis sobre la productes menstruals. També denuncia que només s’ofereixin dos tipus de productes per a la recol·lecció de la sang (tampons i compreses), ja que les alternatives sostenibles reduirien la seva compra-venta. Finalment, critica la desinformació que hi ha sobre l’olor de la regla i els químics que porten els productes tradicionals tan nocius per les persones. A més fa un petit incís sobre la *taxa rosa*, proporcionant un càlcul dels diners que es poden estalviar si es passen a les alternatives ecològiques.

Com es tracta d’una cadena de posts i totes tenen la mateixa estructura visual i de contingut, es mencionen a continuació per ordre considerant-les part d’una mateixa publicació: copa menstrual, compreses de tela, calces menstruals, productes ecològics i free bleeding. En cada una de les publicacions explica el context històric i com s’utilitza.

En aquest cas, totes les usuàries que han interaccionat han sigut dones, aportant les seves experiències amb aquests productes, inquietuds, dubtes i mencionant altres usuàries.

Imatge 5:



Ara Maldonado Moreno [@tengo_la_regla]. (6/04/2020) *LAS PÍLDORAS ANTICONCEPTIVAS NO REGULAN EL CICLO MENSTRUAL. La píldora anticonceptiva en los años 50 supuso una revolución sexual, por[...]*. [Imatge] Instagram. <https://www.instagram.com/p/B-pY1bIKXME/>

La imatge és una superposició d'una fotografia de moltes classes de píndoles anticonceptives i un text enunciatiu que diu “la píldora anticonceptiva no regula el ciclo” i surt el logo del compte.

És una imatge visualment atractiva que té l'objectiu d'advertir d'una realitat que moltes persones desconeixen, per tant, es tracta d'un post educatiu.

A la descripció explica el context històric de la píndora anticonceptiva, la revolució que va suposar per la dona el poder de controlar l'anticoncepció, els efectes adversos que aquesta té i el seu funcionament a nivell fisiològic.

La interacció per part de les usuàries és exclusivament de dones que expliquen les seves experiències i comenten els seus dubtes. Altres usuàries (fins i tot d'altres comptes relacionats amb la menstruació i la ginecologia) responen ampliant la informació i resolent les qüestions que han sorgit.

Imatge 6:



Ara Maldonado Moreno [@tengo_la_regla]. (14/06/2020) *Lo cierto es que hay hombres que menstrúan, ¿pero que pasaría si los hombres cis lo hicieran? Gloria Steiner (1978) es[...]*. [Imatge] Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBbMQvDqltD/>

És una imatge senzilla en la qual hi ha escrit “¿Y si los hombres menstruaran?” i el logo de l’instagram.

En aquest cas, la publicació introdueix una hipòtesi controvertida i es qüestiona com seria la societat actual si els homes cis tinguessin la regla. Utilitza la publicació per obrir debat.

A la descripció, Ara Maldonado afirma que hi ha homes que tenen la regla, referint-se al gènere, i a continuació aclareix que la pregunta fa referència a homes cis com un conjunt dins la societat. A continuació, fa un extracte d’un article de la Gloria Steiner publicat al 1978, que parla sobre aquesta hipòtesi.

Les respostes obtingudes són exclusivament d’usuàries i expressen les seves opinions, algunes més acadèmiques i d’altres més subjectives.

Conclusions:

És un compte didàctic que parla de temes molt diversos dins l’àmbit de la menstruació, utilitza referències bibliogràfiques per recolzar i donar suport a la informació que comparteix, visibilitza la sang de la regla amb l’objectiu de naturalitzar-la i crea espais de debat i de recolzament a les mateixes publicacions.

Segons les respostes de l’enquesta, Ara Maldonado creu que el canvi de la visió de la menstruació provocaria una nova forma de relacionar-se entre les persones, fomentant el

respecte, la igualtat i la reconciliació amb elles mateixes. Pensa que la visió naturalitzada de la regla podria fer que les persones menstruants no sentissin vergonya i en moltes comunitats no fossin aïllades (com al Nepal). A més, pensa que els productes per al tractament de la regla serien gratuïts i s'oferiran desde les entitats públiques.

Al principi, el compte tenia molta més visibilitat, tot i així, la participació per part de les usuàries és correcta, cada cop hi ha menys comentaris d'odi o de rebuig i més d'opinió o de compartir experiències. Segons les dades que m'ha facilitat, la majoria de seguidores són dones de 25 a 34 anys. A l'enquesta explica com cada cop més s'animen a participar a les publicacions i d'altres es limiten a compartir-les o a enviar-les.

Menstruación Consciente SLP

@menstruacionconscienteslp

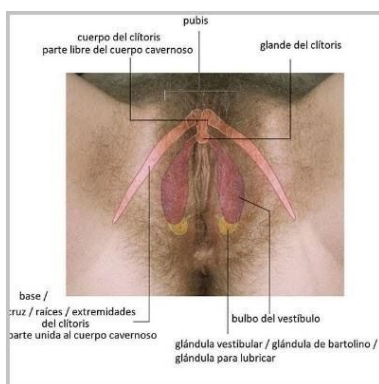
Presentació:

És un compte personal gestionat per la Yolanda Lucía Valverde Macías, original de Mèxic, que té dues finalitats: promocionar-se com a terapeuta professional i divulgar coneixements sobre menstruació, sexualitat i estratègies ecològiques i sostenibles. Va crear el compte al 2017 amb l'objectiu de compartir la seva experiència personal i les seves investigacions (sobre els temes mencionats anteriorment) des d'una perspectiva feminista de base científica, accessible i entendible. Treballa en un consultori terapèutic i a més crea esdeveniments on fa tallers i divulgació dels temes anteriors (gairebé sempre gratuïts). A més, participa en fires venent productes ecològics i promocionant les alternatives sostenibles.

A la descripció hi ha un hipervincle que redirecciona l'usuari a la seva pàgina de Facebook on comparteix els esdeveniments i el contingut que genera a Instagram.

Anàlisi:

Imatge 1



Yolanda Lucía Valverde Macías [@menstruacionconscienteslp]. (7/01/2018) *Con Amor Clítoriano <3 El clítoris es un órgano SEXUAL (Sí! No sólo "servimos" para reproducirnos) femenino «ramificado» en la[...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/BdqYTrBHpYt/>

És una fotografia d'una vulva on hi ha superposada una il·lustració d'un clítoris i un esquema que especifica els noms de les parts que el componen.

Tot i que no sigui una imatge sobre la menstruació en concret és interessant parlar d'aquesta publicació per dos motius. El primer i més evident és el fet que Instagram té unes normes comunitàries molt estrictes i censura qualsevol fotografia que impliqui mugrons de gènere femení, genitals o conductes que poden ser considerades sexuals. Crida l'atenció que en aquest cas han passat per alt una fotografia tan explícita (segurament ha sigut un error). En comptes com aquests és habitual que moltes publicacions desapareguin i fins i tot, siguin eliminats o bloquejats.

Per altra banda, aquesta publicació visibilitza la fisonomia del clítoris, una informació que moltes persones desconeixen. En un compte sobre educació menstrual és important diferenciar la capacitat reproductiva de la capacitat sexual.

A la descripció, Yolanda Valverde parla d'aquesta diferència i explica les diferents parts del clítoris, quina funció té, les compara amb les del penis i explica com dur a terme una bona higiene de la vulva per prevenir infeccions i per no alterar el seu pH.

En aquest cas, no hi ha cap comentari per part de les usuàries i usuaris, només *likes*.

Imatge 2



Yolanda Lucía Valverde Macías [@menstruacionconscienteslp]. (25/04/2018) *NOS VEMOS MAÑANA!!* ❤️🌟 *Actividades día miércoles 25 de la Tercera Semana de Género: * Taller "Higiene y autocuidado" lugar: sala audiovisual [...].* [Imatge] <https://www.instagram.com/p/BdqYTrBHpYt/>

És un collage de fotografies que mostren la confecció d'una compresa de tela, un text que diu “Elaboración de Toallas Menstruales de Tela” i el logo del compte. Es tracta d'una imatge molt representativa del contingut que s'anuncia.

El text descriu el programa d'activitats que s'imparteixen a la Fira de Gènere, començant pel taller d'elaboració de “toallitas sanitarias ecológicas” per una menstruació conscient. Un taller de noves masculinitats, un mercat feminista, la presentació del llibre *Las instituciones de educación superior i la violencia de Género* i finalment, una conferència que porta el títol “La salud menstrual en el contexto patriarcal. Análisis desde la perspectiva de género”.

Es tracta d'una publicació informativa sobre un esdeveniment offline.

A l'Instagram no té gaire repercussió i l'interacció amb els usuaris i usuàries es centra en els *likes*, però en canvi per temes d'esdeveniments té més *feedback* a Facebook.

Imatge 3



Yolanda Lucía Valverde Macías [@menstruacionconscienteslp]. (7/04/2018) *Sabías que la sangre menstrual no tiene olor desagradable, huele a hierro como la sangre de todo el cuerpo, ese[...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/BhRLGrWhC2a/>

Es tracta d'una il·lustració d'una dona tapant-se el nas perquè té una compresa amb sang a la que li surten fums i flors.

Yolanda Valverde penja moltes imatges que no són seves sense donar crèdits a les autores i autors, però tampoc s'apropia ni es lucra amb elles. En aquest cas, es tracta d'un collage que representa exactament el que vol transmetre: la pudor de les compreses perfumades i sintètiques.

Al quadre de la descripció explica que la sang menstrual no té una olor desagradable, sinó que fa olor de ferro i que l'olor a descomposició és degut a l'ús de productes convencionals fets de materials sintètics i químics (els perfums que els afegeixen, entre d'altres). És un post informatiu que desfà el mite de l'olor menstrual. A més afirma que hi ha altres factors que també influeixen en l'olor corporal i dels fluids, com ara el tipus d'higiene que dugui cada persona, la roba, l'exercici i l'alimentació.

Les usuàries que han interaccionat comenten amb sorpresa el seu nou descobriment i mencionen altres persones perquè llegeixin el post.

Imatge 4



Yolanda Lucía Valverde Macías [@menstruacionconscienteslp]. (17/05/2020) *Publicación original de Mayo 2018 en el grupo de Menstruación Consciente SLP manada por Fanny Martínez #MayoMesDeLaVisibilizaciónMenstrual #QueCadaVezSeamosMás #Endometrio "¿Ya conoces todo lo que hay[...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/CAROLkUgYgc/>

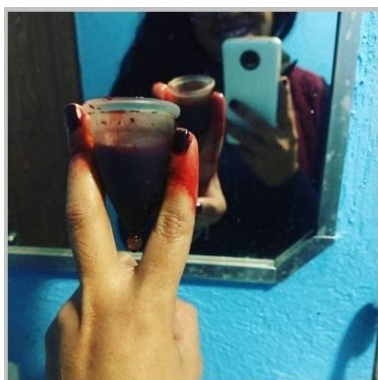
És una fotografia de la sang vessada d'una copa menstrual en aigua i les formes que genera. Al text superposat hi ha escrit "3er enjuague. Menstruación Consciente SLP. Autora Fanny Martínez".

És una imatge que a primera vista no se sap realment de què es tracta, no sembla ni tan sols sang, sinó que recorda a les fotografies de núvols de gas de l'espai. Fins que no es llegeix la descripció pot no resultar impactant (per aquelles persones sensibles amb el tema de la regla).

La descripció és una mena de diari menstrual de l'experiència de Fanny Martínez, que, pel que sembla, forma part del grup de Menstruació Conscient SLP, i explica el seu tercer dia de menstruació i com per primera vegada pot veure com és l'endometri, ja que normalment aquest surt de forma molt fragmentada i aquesta vegada ha sortit, gairebé, d'una peça.

Aquesta publicació és més recent, té molta més visibilitat i les usuàries participen de forma molt més activa. Comenten les seves experiències amb aquest succés, mencionen a altres usuàries i pregunten dubtes.

Imatge 5



Yolanda Lucía Valverde Macías [@menstruacionconscienteslp]. (17/05/2020) *Bitàcora Menstrual: Día 2, Ciclo 1, Año Menstrual 17 ABUNDANTE* 🍷 ✨[...]. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/BeOUz4jnFms/>

És una *selfie* de la propia Yolanda Valverde sostenint la copa menstrual plena de sang davant d'un mirall.

És una imatge molt atrevida que visibilitza la rutina d'una persona canviant-se la copa menstrual. Pot resultar impactant ja que és molt directa i explícita.

La descripció és informativa i comparteix dades sobre el moment menstrual en el que es troba.

Aquest tipus de fotografies són molt recurrents al seu perfil i a mesura que avancen els anys augmenta el *feedback*, on la majoria de comentaris són de dones que feliciten el seu atreviment, d'altres expliquen la seva experiència amb la copa i de vegades hi ha alguns comentaris de rebuig.

Imatge 6



Yolanda Lucía Valverde Macías [@menstruacionconscienteslp]. (7/06/2020) #Repost @miciclomenstrual 🙄 Uno de los más grandes mitos con respecto al ciclo de nuestros óvulos, era que sino eran fertilizados [...]. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/CBJZwLQAhNL/>

Es tracta d'un conjunt d'il·lustracions, totes del mateix estil, on surt representat gràficament l'ovari, les trompes de Falopi, l'úter i l'òvul. Un esquema que explica que l'òvul no surt en la menstruació sinó que el cos el reabsorbeix si no es fecunda en 24h.

En aquest cas, Yolanda Valverde fa un *repost* d'una publicació d'un altre compte de menstruació anomenat @miciclomenstrual i l'acredita.

A la capsa de descripció convida les usuàries a llegir les imatges amb l'objectiu d'informar sobre la realitat que moltes persones desconeixen per desinformació.

És un post molt recent i la visibilitat ha augmentat considerablement, també és molt més activa a les xarxes socials i això fa que l'algoritme d'Instagram mostri més el teu perfil. Les interaccions que s'han produït per part de les usuàries han sigut completament per part de dones que agraeixen la informació i etiqueten altres usuàries.

Conclusions:

És un compte polifacètic dins dels temes relacionats amb la dona, la menstruació, la sexualitat i l'ecofeminisme que utilitza per promocionar els seus serveis i oferir informació sobre els temes esmentats anteriorment. Es basa en referències científiques i d'altres comptes de menstruació. Crea espais de debat i suport tant a dins com a fora de les xarxes socials, ja que participa en esdeveniments informatius presencials, fa teràpies i proporciona espais per crear grups de recolzament i cercles de dones (tot i que no ho especifica amb aquest nom).

Segons les respostes de l'enquesta, Yolanda Valverde creu que el canvi de la visió de la menstruació es produeix parlant d'allò que genera el tabú i el perpetua. Considera que el sistema s'ha beneficiat d'això i per aquesta raó ha perdurat en el temps. A més creu que és important que s'estudiï la història des d'una visió crítica per entendre el present i construir una societat igualitària i equitativa.

També opina que allò més urgent per poder canviar la societat pel que respecta a la menstruació és la forma en la que es vivència, ja que no es pot canviar allò que no s'experimenta i no s'entén el perquè.

Al principi el compte tenia molt poca visibilitat, però amb el temps compta amb moltes seguidores, majoritàriament dones de 17 a 50 anys, i amb els anys hi ha hagut cada vegada més participació. En general comenta que la resposta és positiva tot i que encara hi ha comentaris violents, sobretot amb publicacions que confronten amb els prejudicis i privilegis. En el seu cas, el fet de que sigui un espai públic fomenta la participació.

Mimosa Kit³²

@mimosa.kit

Presentació:

És un compte creat al 2018 per l'usuària Carlota Mas, una estudiant de l'ESDAP que enfoca el seu treball de final de grau (disseny gràfic) en la creació d'un kit orientat cap a l'educació menstrual des d'una perspectiva feminista; l'anomena "Kit d'apoderament menstrual". L'objectiu és aportar informació a les persones de sexe femení, tot i que el kit va dirigit, en un principi, a aquelles que s'apropen al moment de la menarquia.

El kit es divideix en tres seccions:

- La primera secció és la d'observació i autoconeixement de la fisonomia de la vulva i la vagina; inclou uns utensilis que (amb l'ajuda del mirall) ajuden a l'exploració.
- La segona secció és la de documentació, on hi ha un calendari lunar i un diari menstrual que dona informació sobre la menstruació i l'aparell sexual femení.
- La tercera secció és d'experimentació. En ella hi ha una varietat de productes per gestionar la sang menstrual (compreses tradicionals de cotó, de tela, tampons i una copa menstrual) perquè la persona tingui l'oportunitat d'experimentar amb aquests i escollir els que millor s'adaptin a les seves necessitats. A més, inclou alguns objectes que no estan relacionats directament amb la menstruació, com un test d'embaràs, un condó femení, una figureta del clítoris i un joc de cartes sobre emocions.

Carlota Mas va començar aquest projecte³³ perquè es va adonar de la carència d'informació i facilitats que hi ha a la societat, on la capitalització del cos és l'ordre del dia i el més important és vendre i produir. Per tant, no es tenen en compte els cicles menstruals en els sistemes de producció capitalista i tampoc hi ha transparència en els components i

³² Navarro, N. (2019, 12 julio). Entrevista a Carlota Mas Rui. *El Periódico*. <https://www.elperiodico.com/es/entre-todos/20181006/carlota-mas-ruiz-hay-que-poner-la-vagina-en-el-centro-7068978>

³³ *Mimosa/Carlota Mas.* (2018). ESDAP. <http://www.esdap.cat/p/2/889/0/Mimosa---Carlota-Mas>

materials dels productes per a la menstruació convencionals. A més, remarca que la sang no és blava i que per tant també s'invisibilitza la menstruació en la societat (als anuncis per exemple), per això un dels seus lemes és "La regla existeix",³⁴.

De moment és només un projecte que segueix buscant finançament.

Al seu perfil d'Instagram hi ha un vincle a la web oficial, però una vegada allà no hi ha cap contingut, sinó que redirigeix les visites al seu mail, a Facebook i a Instagram.

Anàlisi:

Imatge 1



Carlota Mas [@mimosa.kit]. (9/09/2018) *Mima't el cony!* 🌹🍷❤️@mimosa.kit foto: @nuriaestre #queconyes #mimosakit #feminisme #ciclemenstrualconscient #kitdempoderament [...]. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/BoUbMDplJEL/>

És una fotografia del contingut del kit i a gairebé a tots els articles hi ha el nom d'allò que són.

És una imatge que pretén donar informació sobre les característiques del producte i visibilitza diferents mètodes per tractar la regla.

³⁴ ElPeriódico. (2019, 8 marzo). *Kit menstrual Mimosa: el empoderamiento empieza por saber qué hay allí abajo* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=SfFNHDk84ik>

A la descripció, Carlota Mas anima a les seves seguidors a que es cuidin amb la frase “Mima’t el cony”. No hi ha res d’informació sobre el projecte tot i ser la primera fotografia. Sembla el prototip del que seria una botiga.

Hi ha una gran resposta per part de les usuàries (totes dones), que venen de veure la seva entrevista del Periódico a Facebook³⁵ i gairebé totes pregunten com aconseguir el producte. Altres feliciten la seva iniciativa, agraeixen que existeixin aquest tipus de projectes i pregunten dubtes (com per exemple quin preu té).

Imatge 2



Carlota Mas [@mimosa.kit]. (19/08/2018) al @blancfest SANG... FLUXE... I QUE MENSTRUI EL BLANC!!! 🌟🌟🌟🌟🌟🌟🌟 #feminisme #empoderament #pilars #valors #mimosa #queconyes [...]. [Imatge]<https://www.instagram.com/p/BpG8ovahPIX/>

És una fotografia on surt Carlota Mas al *Blanc!*³⁶, un festival de disseny gràfic on durant tres dies es fan conferències, masterclasses i activitats al voltant d’aquesta disciplina.

En aquest aspecte, és una proposta de disseny que s’interessa per la menstruació i no només a nivell visual, sinó com a producte per ajudar les persones a tenir una millor educació menstrual, autoconeixement i les opcions necessàries per conèixer què els va millor per tractar la menstruació.

³⁵El Periódico. (2019, 20 mayo). *Video Entrevista a Carla Mas* [Publicació Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/unsupportedbrowser>

³⁶*Blanc!* (2020, 11 agosto). *Blanc!* <https://blancfestival.com/about-blanc/>

En aquest cas no ha tingut tanta resposta per part dels usuaris i usuàries, només té un comentari que li dona suport.

Imatge 3



Carlota Mas [@mimosa.kit]. (12/08/2018) *Encantada, Mimosa, i tu?* 🦋👊😎💕 *model: @beia.a #mimosakit #mimosa #queconyes #empoderament #ciclemenstrual #foravergonya #noesunluxe #proutoxics #hastaelcoño #feminisme #personamenstruante #ritual [...].* [Vídeo] <https://www.instagram.com/p/Bo12oqQh-9J/>

És el vídeo promocional del Mimosa Kit si aquest estigués a la venda. En fa les següents afirmacions: “La regla no és un luxe. No ens avergonyim de la nostra sang. Els cicles menstruals són privats, mai secrets. Deixeu de capitalitzar els nostres conys. Prou invisibilització de les nostres regles. Prou tòxics”. I a continuació mostra els productes que conté.

El contingut de la capsa de descripció segueix sense donar informació sobre la proposta ni tampoc sobre el kit, però en aquest cas la informació és al vídeo.

Els comentaris tornen a ser íntegrament d’usuàries que feliciten la seva feina i pregunten com es pot aconseguir el kit.

Imatge 4



Carlota Mas [@mimosa.kit]. (12/08/2018) *Bon dia boniquis! ✨🔥🍌💕 Ja fa uns dies el Periódico em va treure un vídeo per parlar sobre Mimosa. Moltes gràcies [...].* [Vídeo] <https://www.instagram.com/p/BvbS-dNIPMw/>

És un fragment del vídeo de l'entrevista de Carlota Mas a *El Periódico*, on parla sobre el projecte i explica amb detall el contingut de Mimosa Kit.

A la descripció parla de l'experiència a l'entrevista i agraeix l'oportunitat a Míriam Rós (l'entrevistadora). A més, puntualitza que a l'entrevista hi ha una part que no li acaba d'agradar perquè està descontextualitzada i no acaba de transmetre el que realment vol dir sobre la pregunta "Si els homes tinguessin la regla, quin lloc ocuparia?". La Carla Mas contesta que la vida giraria entorn a les fases del cicle menstrual, ja que els pics hormonals influeixen sobre l'estat físic i anímic de les persones menstruants. Hi ha etapes més productives i altres de recolliment i en aquest món capitalista la productivitat és de les coses més importants. Llavors, pensa que en aquesta societat imaginària (tenir en compte la història, ja que el fet de poder concebre és la raó per la que les dones han estat subordinades), es tindrien en compte aquests cicles.

És una de les publicacions amb més comentaris (íntegrament per part d'usuàries), molts són de felicitació, alguns critiquen el fet que no hi hagi perspectiva de gènere a l'entrevista i altres pregunten com aconseguir el kit.

Imatge 5



Carlota Mas [@mimosa.kit]. (12/08/2019) 📍 *1a Trobada sobre la Cultura Menstrual a Barcelona 31/05--1/06* 📍 *Per què és necessària? "T'ha vingut la regla, ja ets una dona!" Potser [...].* [Imatge] <https://www.instagram.com/p/Bxhz76civWl/>

És una imatge promocional que anuncia la “Primera trobada cultural menstrual. 31-1 Juny Barcelona”. Hi surt representada una pintura d’una dona nua asseguda a sobre d’un llit amb un punt vermell a sobre de la vulva.

Trobada sobre la Cultura Menstrual és un projecte creat el 2019 on Carlota Mas hi participa.

A la descripció es detallen el tipus de qüestions que tracten a la trobada, on el tema central és la regla. Hi ha un link que porta a la web oficial, on hi ha tota la informació sobre l’esdeveniment (temàtica, horaris i ubicació) i compra d’entrades.

Els comentaris es resumeixen en exaltació, felicitacions pel nou projecte i dubtes sobre l’esdeveniment. Tots provenen d’usuàries amb comptes personals i amb comptes relacionats amb la menstruació.

Conclusions:

Tot i que la dissenyadora Carlota Mas no fa gaire activisme des de les xarxes socials i que de moment només es tracti d’una idea que busca finançament, considero que és una proposta molt interessant i essencial per aquest treball de fi de grau. Aquest kit és una forma molt potent d’educar les persones en la consciència i el respecte cap al seu cos i al medi ambient. Ella diu que per dur endavant el kit s’hauria de finançar des de l’Estat perquè comercialitzar-lo seria incompatible amb el seu objectiu. El motiu és que el preu seria molt

alt degut a la una gran quantitat d'elements que conté. Llavors, seria un producte dirigit la classe mitja-alta i exclouria una gran part de la població.

És un compte prototípic que es centra en anunciar el kit i que, a mida que han passat els anys, ha començat a anunciar esdeveniments als que participa.

No ha respost a l'enquesta, però he pogut trobar tota la informació a Internet, sobretot a l'entrevista amb el Periódico i a la web de l'ESDAP. Sobre les participants, he pogut concloure que gairebé el 100% són usuàries i altres pàgines relacionades amb la menstruació. Els comentaris es basen en preguntar on comprar el kit, en felicitar el projecte i en donar suport. No hi ha comentaris d'odi, només hi ha queixes sobre el tema de la perspectiva de gènere, que de vegades es passa per alt (erò és només a l'entrevista, al treball i a la web de la seva universitat parla del projecte referint-se a “persones menstruants”).

CYCLO | Menstruación sostenible

@mimosa.kit

Presentació:

És el compte de l'empresa CYCLO Menstruació Sostenible³⁷, un projecte que va iniciar Paloma Alma al 2016 amb la finalitat de donar solucions alternatives (ecològiques i lliures de tòxics) als productes convencionals per al tractament de la menstruació. A més d'això, el seu objectiu és proporcionar educació menstrual (gratuïta i de pagament) mitjançant cursets i tallers (online i offline). Vol trencar el tabú i que les persones “vivan la menstruación en positivo”. Als seus seguidors i seguidores els anomena “Taboo Breakers”. Treballa juntament amb Elise Langone, que es la *Business Developer* de l'empresa CYCLO des del 2017.

Per dur a terme la seva tasca té una botiga online amb productes per a la menstruació (calces menstruals, copa i compreses de tela). A més, té una secció on ven productes per alleujar el malestar que pot produir l'etapa menstrual (herbes, infusions, CBD i regulador hormonal) i com totes les marques, també té merchandising.

³⁷CYCLO. (s. f.). CYCLO Menstruación Sostenible. Recuperat 9 d'agost de 2020, de <https://ilovecyclo.com/es/info/nosotras>

En una altra secció té cursets online de pagament i col·labora amb altres professionals expertes en el tema que es treballa en cada cas. A més, té un blog gratuït on comparteix els seus coneixements sobre temes relacionats amb la regla.

A la descripció d'Instagram té un enllaç que porta directament al web (en format mòbil). A més, al 2019 va obrir un compte secundari @escuelacyclo, que pretén ser una plataforma més específica i didàctica, crear comunitat (The menstrual club) i anunciar tallers (online i offline). A la descripció hi ha un link que porta a la web d'Escuela Cyclo³⁸.

He escollit l'Instagram principal per analitzar-lo perquè considero que té un caràcter més activista. A més, en aquest cas, he triat 10 imatges per analitzar, ja que a diferència dels altres comptes, CYCLO ha tractat de formes més diverses la visibilització de la menstruació i ha plantejat altres qüestions.

Anàlisi:

Imatge 1



Paloma Alma [@ilovecyclo]. (13/02/2018) *Talleres...ay qué maravilla. Me encanta conectar con vosotras, resolver dudas, aprender de nuestras experiencias. Porque en nosotras está el conocimiento, [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/BfI4RbAgW9N/>

És una fotografia dels productes que es venen a la pàgina web amb un cartell que anuncia la marca CYCLO.

³⁸ *Yoga y ciclo menstrual*. (s.f.). Escuela CYCLO. <https://escuelacyclo.com/curso/yoga-y-ciclo-menstrual/>

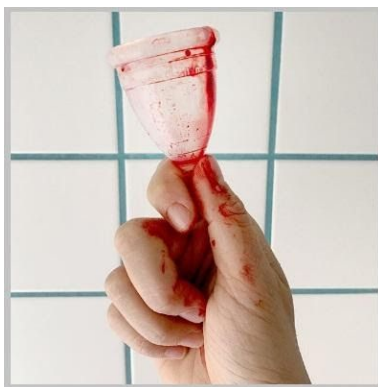
A la descripció anuncia un taller presencial a Barcelona on es tracten els següents punts:

- Per què la menstruació és un tabú.
- Quins missatges ens ha donat la publicitat i els mitjans sobre la regla.
- Com ens afecta que la sang dels anuncis sigui blava.
- Quines alternatives existeixen a les compreses i tampons.
- Com gestionar el dolor menstrual sense medicaments.

A més, especifica “Recomendado para todas las edades y sí, también para hombres (especialmente si eres padre)”. És a dir, és un taller dirigit a tots els públics.

Aquesta fotografia (del 2018) té poca repercussió en comparació amb les publicacions més actuals, tot i així és molt il·lustrativa del tipus d'activitats, cursos i productes que promou i ven. Els comentaris provenen d'usuàries que pregunten dubtes sobre el taller i altres comptes relacionats amb temes de la menstruació que recolzen el seu treball.

Imatge 2



Paloma Alma [@ilovecyclo]. (29/06/2020) *Tu sangre menstrual no da asco* ☐ 🤢 *Y esto es algo que muchas de nosotras solo nos damos cuenta cuando empezamos [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/CCAyKwEAj-8/>

És una fotografia d'una mà sostenint una copa menstrual buida amb restes de sang.

Es tracta d'una imatge que pot ser més provocativa per la seva forma de mostrar la regla. Les empreses solen ser més neutrals a l'hora de fer activisme per tal de no escandalitzar els seguidors i seguidores i no perdre ventes (com és el cas d'Ausonia, que el

seu acte més revolucionari ha sigut canviar el líquid blau per un de fúcsia³⁹). Paloma Alma és fidel als seus principis i a la seva missió. A diverses publicacions del seu instagram, mostra la sang menstrual en diferents formes.

A la descripció parla sobre el tabú del fàstic a la sang menstrual i de com aquest, gràcies a canviar els nostres hàbits mensuals (com per exemple, canviar de compreses convencionals a la copa menstrual o compreses de tela), fa que la interacció amb la propia menstruació canviï la visió que se'n. A més, informa sobre les propietats tòxiques que tenen els productes convencionals.

Aquesta publicació té més de 100 comentaris, gairebé tots d'usuàries que comparteixen la seva experiència, anècdotes portant la copa i altres admirant la imatge (tots positius). En aquest cas, hi ha un comentari d'un noi que se'n burla.

Imatge 3



Paloma Alma [@ilovecyclo]. (29/06/2020) *Hoy, Día Internacional de la Visibilidad Transgénero, desde CYCLO queremos destacar que "los hombres también menstrúan"* 👉 Sí, no todas las [...]. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/BvqrkQagwiE/>

És una il·lustració que representa una persona amb calçotets d'esquenes que està menstruant i posa "Los chicos también menstrúan".

De nou, una imatge amb una afirmació reivindicativa i que pot portar a confrontacions.

³⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=W8PHDCC-XY>

A la caixa de descripció parla sobre el tema en qüestió, ho fa de forma correcte utilitzant una terminologia inclusiva i amb paraules específiques i adequades. A més, anima a que participin en el post “hombres menstruantes que quieran compartir su experiencia”. Afirmar que hi ha moltes maneres de viure la menstruació i una d’elles és des del gènere.

Els comentaris són molt diversos, hi ha molta gent que no ho entén i pregunten on es poden informar sobre el tema (amb respecte), altres persones neguen aquesta realitat, també participen homes menstruants i de gènere no binari aportant la seva experiència (molts ja no tenen la regla degut a la transició hormonal) i altres agraeixen la visibilitat que dona CYCLO al tema.

Imatge 4



Paloma Alma [@ilovecyclo]. (21/02/2018) *¿Te han explicado alguna vez todo lo que contiene la sangre menstrual? Sí, sabemos que es 'sangre' pero déjame que te diga [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/BfeQopZlWqv/>

És una imatge de plantes i flors que conté el missatge següent: “MenstruQuiz #14 ¿Qué contiene la sangre menstrual?”.

Es tracta d’una sèrie de 23 *quizzes* sobre menstruació que Paloma Alma proposa als seguidors i seguidores. En cada un d’ells resol la qüestió a la caixa de descripció. És una de les diferents formes que ha tingut per generar interès sobre el tema i compartir informació.

Depenent de la pregunta, si aquesta es pot contestar breument o és necessari esplaïar-se, et recomana visitar el seu blog on crea una entrada amb tota la informació restant.

En aquest cas, anomena alguns dels components que hi ha a la menstruació i adverteix que aquesta pot estar contaminada. Això es deu a que la menstruació és un dels sistemes de depuració que té el nostre cos i per tant, una part de les substàncies químiques filtra s'expulsen en la regla.

Els comentaris en aquest tipus de publicació són molt semblants, es resumeixen en agraïments i a compartir la sorpresa que s'han donat al conèixer la nova informació. Tots són de d'usuàries i pàgines relacionades amb la menstruació.

Imatge 5



Paloma Alma [@ilovecyclo]. (21/02/2018) *La sangre menstrual no se mira, no se huele, no se toca. De hecho, se esconde y en algunas partes [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/CBAasTUn595/>

És una fotografia d'una persona que està menstruuant estirada a la gespa i la sang li ha traspasat la roba.

De nou, Paloma Alma comparteix una fotografia que pot despertar incomoditat, ja que mostra la sang en una situació que (en una societat poc deconstruïda) podria interpretar-se com quelcom fastigós i brut. Té moltes imatges semblants a aquesta (ensenyant el rastre que deixa la sang menstrual a la roba).

A la descripció fa un discurs sobre el tabú que suposa la menstruació (encara avui dia) i la desinformació que hi ha al seu voltant. Comenta que és degut a la ignorància i com els mites la fomenten, però gràcies a que la ciència ha començat a investigar sobre el tema, cada cop hi ha més informació i aquesta ajuda les persones mentruants a conèixer-se millor.

Algunes propietats de sang de la regla (color, olor, textura, quantitat) són indicatives de la salut d'aquestes. Llavors, convida les seguidores i seguidors menstruants a interactuar amb la seva sang.

Els comentaris són d'usuàries que expliquen la seva experiència (cap comentari de fàstic o rebuig) i com en altres posts, també hi ha usuaris relacionats amb el tema de la regla que comenten i promocionen els seus serveis.

Imatge 6



Paloma Alma [@ilovecyclo]. (22/12/2020) *Compresas de tela, ¿son las de tu abuela? ¿abultan? ¿se van las manchas? ¿qué ventajas tienen? Son vuestras [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/B6Xt3gfBBIS/>

És una fotografia de tres noies estirant-se en posició cap per per avall en roba interior que duen posada una compresa

De nou tenim una fotografia que pot incomodar. És una imatge que posa al centre tres culs en una posició que (depenent de la mirada) podria ser sexualitada. A més, es veu clarament que porten compreses (de tela que tanquen per fora). Aquesta combinació pot resultar impactant per aquelles mirades que sexualitzen les parts del cos de les persones i que a més, els fa fàstic tot allò relacionat amb la menstruació. És una fotografia interessant, ja que les persones menstruants es solen preocupar per si es nota que porten una compresa. En aquesta imatge ho mostra directament (tot i que la composició de la imatge no sigui en un àmbit costumista). El fet de visibilitzar un fet tan quotidià com portar una compresa provoca

que, a mida que es vagi repetint aquesta imatge, les persones s'acostumin a veure-ho i es naturalitzi. Com aquesta foto n'hi ha algunes més.

A la descripció explica les característiques de les compreses de tela i convida a utilitzar-les.

Els comentaris són d'usuàries que expliquen la seva experiència i pregunten dubtes sobre el producte.

Imatge 7



Paloma Alma [@ilovecyclo]. (2/12/2019) *¿Conoces tu cuerpo? ¿Cuántas veces te has observado? Para empezar a reconciliarte con tu menstruación el primer paso es [...].* [Imatge] <https://www.instagram.com/p/B6VJGDqgq-w/>

És una il·lustració d'una mà sostenint un mirall on es reflecteix una vulva i hi ha escrit “¿Conoces tu cuerpo?”.

És una imatge potent (fins i tot sent un dibuix) perquè mostra una vulva oberta amb el pel corporal natural. Pot resultar impactant perquè mostra les parts interiors i tots els seus orificis i no només les exteriors com a les fotografies convencionals.

A la descripció parla de conèixer el propi cos, mirar-lo sense vergonya i per aconseguir-ho cal observar-lo. D'aquesta manera és més fàcil reconèixer quan alguna cosa no està bé; el coneixement de la fisonomia de la pròpia vulva pot ajudar a millorar les relacions sexuals, a més de facilitar la introducció de la copa menstrual i els tampons. A més de millorar la relació amb el propi cos.

Tots els comentaris són d'usuàries que conviden a d'altres a fer aquesta pràctica, comenten les seves experiències i feliciten a Paloma Alma per la seva tasca.

Imatge 8



Paloma Alma [@ilovecyclo]. (26/1/2020) *Dime, ¿qué crees que pasaría si todos los hombres menstruasen?* [...]. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/B7x1tNPggnF/>

És una il·lustració d'una persona que representa un home ficant-se una compresa de tela a la butxaca de l'americana.

És una imatge que crida l'atenció per la incongruència de la composició: home més compresa.

A la descripció demana als seguidors i seguidores que comparteixin les seves hipòtesis sobre la pregunta següent: què passaria si tots els homes menstruessin? (Una pregunta que hem vist anteriorment en altres comptes).

És dels posts que més repercussió han tingut (i amb més comentaris). Gairebé tots els comentaris coincideixen en què tenir la menstruació seria motiu de celebració i orgull. A més, que el món giraria al voltant d'aquest esdeveniment (adaptant les feines a les fases de la menstruació) i els productes per tractar la regla serien gratuïts o de baix cost. Per altra banda, hi ha comentaris més pessimistes d'usuàries que pensen que els homes cis no ho podrien suportar i el món es colapsaria. També hi ha comentaris que es queixen perquè la pregunta no està formulada amb perspectiva de gènere.

Imatge 9



Paloma Alma [@ilovecyclo]. (26/1/2020) *¿Cuánto sabe tu pareja sobre tu menstruación? ¿Habláis de ello abiertamente? ¿Tenéis sexo cuando menstrúas? Por aquí cada día recibimos más mensajes [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/B8ip-ZoghKq/>

És una fotografia d'un home cis donant-li una copa menstrual a una dona cis.

És poc usual veure un home cis sostenint aquest tipus de productes, és una imatge que pot sorprendre.

A la descripció, Paloma Alma para sobre l'importància de compartir els nostres coneixements sobre la regla amb la parella (sigui quin sigui el seu gènere) i naturalitzar el sexe en l'etapa de la menstruació. També comenta que últimament molts homes cis contacten amb ella per regalar a les seves amigues i parelles la copa. Finalment, demana a les usuàries que comentin les seves experiències en relació al tema.

Hi ha comentaris molt diversos, tots són d'usuàries que expliquen les seves experiències a l'hora de compartir amb les seves parelles (la majoria homes cis) informació sobre la regla i com influencia la sang de la menstruació en les seves relacions sexuals.

Conclusions:

CYCLO Menstruación Sostenible és un dels comptes d'Instagram amb més repercussió i visibilitat. A més de ser una empresa i tenir un interès econòmic, proporciona molta informació (tant al perfil d'instagram com al blog de la seva web), activitats i fins i tot un ebook amb receptes i remeis naturals (per paliar els dolors menstruals) gratuïtament, a més

dels productes i cursos de pagament. Paloma Alma és fidel als seus principis i fa molt d'activisme menstrual a les xarxes socials visibilitzant la regla, els productes per gestionar la sang i el dolor. A més, anima a participar-hi els homes cis, dedicant-los publicacions on es dirigeix a ells concretament i els convida a informar-se. Tot i que moltes vegades no parla des d'una perspectiva de gènere, cada cop posa més consciència en la forma de formular les frases i dirigir-se al públic.

Amb els usuaris i usuàries té una relació activa, interacciona amb ells, els anima a participar en debats i a comentar les seves experiències i dubtes, que després resol. A més, crea reptes d'autoconeixement amb els quals no es lucra i fomenta l'ús biosostenible dels articles menstruals ecològics. Hi ha transparència en els materials que utilitza per crear els seus productes i a més explica com desfer-se'n sense contaminar el medi ambient.

La major part dels seguidors i seguidores són dones cis (en edat menstrual) de 25 a 45 anys, tot i que en aquest cas també una petita quantitat d'homes en transició i homes cis. Els homes cis que participen sol ser per posar-hi alguna broma o comentaris de mal gust. La majoria de respostes han sigut per part de dones cis amb una actitud molt oberta, positiva i participativa. Expliquen les seves experiències, agraeixen la seva tasca i pregunten dubtes. Ha creat una comunitat de persones menstruants.

Combina il·lustració i fotografia, moltes imatges són potents i impactants. Tot i això, trobo que la majoria de persones que surten a les fotos són dones blanques (joves i d'edat mitjana, només hi ha tres publicacions amb persones d'ètnia diferent) que segueixen els cànons de bellesa tradicionals (és cert que hi ha més varietat de mides, però són cossos normals i visualment acceptats).

2.2.2 ANÀLISI DE COMPTES D'INSTAGRAM SOBRE ACTIVISME MENSTRUAL ESPIRITUAL

OchoLunas | Comunidad Ocho Lunas

@ocho.lunas

Presentació:

Aquest compte el va crear la terapeuta Iris Soler Gilbert al 2019 (Girona) amb l'objectiu de crear un espai de comunitat, apoderament i suport femení. Considera que vivim en una societat descompensada, que ha generat dolor i ha ensenyat les persones a rebutjar-se i desconnectar-se de naturalesa. Afirmar que les dones es curen des de l'amor al cos, a la comunitat, a la diversitat i a elles mateixes. Ella creu que el canvi de la visió que es té sobre la menstruació pot ajudar a guarir el llinatge femení, és a dir, un procés de resignificació del concepte de dona que implica l'abolició del patriarcat, la igualtat entre les persones i l'apoderament.

Per dur a terme els seus objectius, creu necessària la creació d'aquestes comunitats i utilitza el seu compte per compartir els seus coneixements, basats en la recuperació d'antigues tradicions lligades a la connexió amb la naturalesa, teràpies holístiques alternatives, la dansa, rituals de sanació, autoconeixement a través del cos, la comprensió dels sentiments i de la llei de les causalitats (una creença/filosofia que diu que tot el que succeeix té la finalitat d'ensenyar-te una lliçó i que res és casualitat).

Quant a la menstruació, fa tallers i proporciona lloc a espais (Cercles de Dones) on poder compartir les seves experiències amb la regla i la ciclicitat. A més comparteix els seus coneixements sobre el tema amb posts i vídeos, també fa *lives* (vídeos en directe) creant debat i responent a dubtes. A més, fa col·laboracions amb altres comptes relacionats.

Imatge 1



Iris Soler Gilbert [@ocho.lunas]. (4/06/2020) *La relación que cultivo con mi sangre va creciendo. Ciclo tras ciclo la disfruto más, me expando con ella de una [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/CBAvBH2pOIw/>

En aquest cas, Iris Soler ha publicat un àlbum on la primera fotografia és una *selfie* i surt amb la cara i el cos pintats d'un líquid vermell.

Es tracta d'una fotografia que pot sobtar i generar confrontació per l'ús que s'hi fa de la sang menstrual. Amb aquesta foto (i les resta de l'àlbum), Iris Soler vol donar a conèixer diferents pràctiques alternatives en relació al tractament de la regla, naturalitzant l'ús de la sang i eliminant la connotació de fàstic que se li ha atribuït.

A la descripció explica el seu procés d'acceptació amb la sang menstrual i defensa que no és un producte de rebuig, sinó que té moltes propietats que poden ser beneficioses . Explica diverses formes d'aprofitar-la, com ara com a mascareta per hidratar la pell, per regar les plantes o per dibuixar.

En aquest cas, hi ha hagut molta interacció per part de les usuàries (totes dones cis), que aplaudeixen la seva valentia, agraeixen el seu treball, d'altres expliquen que s'han animat a dur a terme els consells, etiqueten altres usuàries i sobretot hi ha molt de suport entre elles.

Imatge 2:



Iris Soler Gilbert [@ocho.lunas]. (26/04/2020) *El Cuerpo. 🌸 Qué relación tienes con tu Cuerpo? Con ese templo sagrado que es ese conjunto de huesos, carne, sangre [...]*. [Imatge] https://www.instagram.com/p/B_dDZYyHZja/

És una *selfie* en blanc i negre a contrallum de la silueta del cos nu d'Iris Soler Gilbert.

La fotografia és coherent amb el text de la descripció, que parla de la relació que tenen les persones amb el seu cos i convida els usuaris i usuàries a replantejar-se la forma de mirar-se, criticant el capitalisme i el patriarcat que genera uns estàndards de bellesa, provocant inseguretats i carències a la població. Això provoca que el cos passi a ser una “máquina de generar dinero y sumisión” i que, per poder ajustar-se a allò socialment acceptat, s'hagin de comprar productes o sotmetre's a intervencions quirúrgiques. A més d'això, proposa un exercici d'autoconeixement i acceptació del cos, que tracta de mirar-se nu o nua davant del mirall i tractar-lo amb amor sense judicis, acceptant els pensaments que venen i deixant-los anar.

En aquesta publicació hi ha molta participació per part de les seguidores, afalagant tant el seu cos com el seu interior, donant suport i agraint els consells. Només hi ha un comentari d'un noi i li dona suport.

Imatge 3:



Iris Soler Gilbert [@ocho.lunas]. (27/06/2020) *Todo se transforma 🦋 Todo se mueve, y el movimiento duele. El dolor compartido duele menos, sin duda. El dolor sostenido [...].* [Imatge] <https://www.instagram.com/p/CBJTaWDpJpo/>

És una fotografia d'una abraçada entre Iris Soler Gilbert i Clara López Sabata. Les dues són nues en una actitud d'amor, tendresa i recolzament. La fotografia representa el que el post anuncia.

A la descripció parla de la relació que hi ha entre les dones, del canvi de la visió competitiva que ens han ensenyat a la sororitat i recolzament que ofereix el feminisme. Anuncia que aviat obrirà noves dates per crear Cercles de dones amb l'objectiu de guarir i compartir experiències. A més de crear cercles mensuals i trobades per sanar l'úter, treballar l'energia femenina i la relació amb el cos.

De nou, hi ha molta interacció per part de les usuàries, on transmeten la seva gratitud, recolzament i experiències personals.

Imatge 4



Iris Soler Gilbert [@ocho.lunas]. (30/06/2020) *CANDIDIASIS VAGINAL Bueno, después de la avalancha de sabiduría de ayer y hoy... GRACIAS 🌸💖 Os he hecho un resumen muy [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/CCDqgsmJNT4/>

És una fotografia d'un figa sostinguda per una mà en un balcó.

És una metàfora de la vulva. És bastant habitual que s'utilitzin fruites com aquesta per representar-la, per això l'usuari pot fer-se una idea del tema que tracta el post al veure la imatge.

Es tracta d'una publicació informativa. A la descripció parla sobre la candidiasis vaginal i com aquesta té un origen emocional relacionat amb la ira, la frustració i la sexualitat, una mena de somatització dels sentiments, la comunicació entre el cos i la ment per informar que hi ha un conflicte no resolt. Anima les usuàries a escoltar-se i comparteix remeis casolans per curar la candidiasis.

És de les publicacions que més interacció ha tingut; moltes usuàries han aportat la seva experiència i opinió sobre la biodescodificació i la candidiasis. Altres aporten més remeis casolans i informació sobre la somatització, però sobretot hi ha molts comentaris d'agraïment.

Imatge 5



Iris Soler Gilbert [@ocho.lunas]. (28/05/2020) *Ciclicidad y relación con la Sangre* 🌹 con @llundor [...]. [Vídeo] <https://www.instagram.com/tv/CAvai88K4ix/>

És un video d'Instagram TV (IGTV), un format que permet veure vídeos de més d'1 minut a l'aplicació. En ell participen l'Iris Soler Gilbert i @llundor (Danae) parlant sobre la menstruació a partir de la seva experiència personal i el canvi que han experimentat des de que han transformat la seva forma de veure i vivenciar la ciclicitat i la seva relació amb la sang.

La descripció del video és només el títol.

En ell, la Danae i l'Iris donen una classe d'una hora sobre com canviar amb petits gestos i pràctiques la relació que tenen les persones menstruants amb la sang i conviden a participar en els tallers i cercles de dones que existeixen. A més, expliquen com fer un diari menstrual i com pot canviar la salut mental i física aquesta nova perspectiva.

Els comentaris tornen a ser d'agraïment i moltes usuàries comparteixen la seva experiència.

Imatge 6



Iris Soler Gilbert [@ocho.lunas]. (12/04//2020) *Cómo acoger a todas las mujeres en proyectos de sanación para el alma. Mujeres menstruantes, mujeres con útero, sin útero[...]*. [Vídeo] <https://www.instagram.com/p/B-5IbF1pjy/>

És un vídeo d'Instagram TV (IGTV) on Iris Gilbert es dirigeix cap a totes les dones per comunicar que està replantejant-se la forma que té de treballar en projectes de sanació, ja que ho fa des d'una perspectiva genital femenina i sent que això segrega les dones amb genitals masculins.

A la descripció del vídeo fa un resum d'allò que ha dit, no aporta més informació.

Al vídeo parla de la seva experiència com a dona i com el seu procés de sanació ha anat de la mà de la reconnexió amb el seu úter, justificant els mètodes que ha compartit fins ara i obre la porta a que totes les persones que vulguin poden parlar amb ella per trobar formes alternatives addicionals per treballar la energia femenina i sanar.

Els comentaris es centren en donar suport i agrair la seva feina, però cap respon a la seva suggerència.

Conclusions:

És un compte que tracta la menstruació des d'una visió alternativa més espiritual, lligada a estratègies de sanació emocional i física a través de la reconnexió amb la naturalesa i la ciclicitat hormonal. Ha creat una comunitat de dones i apoderament femení que cada cop té més visibilitat i participació, tant a dins com a fora de la xarxa. De moment els Cercles de dones han sigut via Zoom (una aplicació per fer videotrucades grupals), Facebook i algunes quedades físiques al voltant de Girona.

Segons les respostes de l'enquesta, Iris Gilbert creu que la millor manera d'eliminar el tabú de la menstruació és a partir de l'educació i el canvi en la relació que tenen les persones menstruants amb la regla, des de la constància, la consciència i la tangibilitat.

Creu que el més important és crear espais de comunitat i recolzament i això es veu reflectit en els comentaris de les seves publicacions, on gairebé totes les persones que interactuen agraeixen la seva feina i aporten experiències i aquestes són acollides per altres usuàries. La majoria de seguidores són dones cis de 25 a 35 anys.

Per altra banda és molt interessant que en un compte on es treballa moltes vegades des de l'aparell sexual femení i la seva energia, de sobte es replantegi la metodologia amb la finalitat d'incloure totes les dones (sigui quin sigui el seu aparell sexual).

En conclusió, l'Iris Gilbert Soler utilitza el seu compte per difondre informació sobre la menstruació des d'una perspectiva holística. També anuncia tallers i projectes de Cercle de dones i des de fa poc treballa des d'una perspectiva de gènere.

Llum de Lluna | Judith

@llumdelluna_delapellalanima

Presentació:

És un compte gestionat per Judith Colilles, creat al 2012 (Solsonès) com un projecte de cura femenina que té tres vessants: l'elaboració artesanal d'ecocosmètica energètica, proporcionar els coneixements necessaris a les usuàries per l'autogestió de la salut (des del que és natural i respectuós pel cos) i finalment, tallers de Cercles de dones i acompanyaments per reconectar i restaurar l'harmonia al cos quan hi ha desequilibris (menstruació, embaràs, avortaments i parts) tant online com en persona.

Des del seu Instagram anuncia els seus serveis, per tant l'utilitza tan per divulgar com per promocionar-se.

A la descripció del compte hi ha dos hipervincles:

- @lacasetadelsxiprers és el seu segon instagram on es centra més en els grups de recolzament de dones i tallers, però des de l'Instagram principal és des d'on fa activisme i divulgació.

- <https://llumdelluna.com/> és la web on descriu en profunditat els seus serveis com a terapeuta i els tallers i esdeveniments que va creant. A més, hi ha un apartat on ven els productes artesanals, un blog d'articles sobre els temes relacionats amb el seu propòsit i un link a YouTube on penja meditacions guiades.

Anàlisi:

Imatge 1



Judith Colilles [@llumdelluna_delapellalanima]. (2/07//2020) *Des de la Caseta dels Xiprers directe a casa teva, demà arriba el curs on-line d'Autoconeixement cíclic. Un curs per [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/CCI9Npqoj6x/>

És una fotografia d'una mà sostenint una figura de crochet en forma d'aparell sexual femení que penja d'un arbre.

A la descripció, la Judith Colilles anuncia un curs d'autoconeixement cíclic femení dirigit a persones menstruants. L'objectiu del curs és aprendre sobre la regla i els cicles hormonals a través d'exercicis, tallers i remeis naturals.

Els comentaris que hi ha són exclusivament de dones. Pregunten dubtes i agraeixen que hagi creat el curs.

Imatge 2



Judith Colilles [@llumdelluna_delapellalanima]. (1/05//2020) *Torno a sagnar després d'un any de procés reproductiu. La meva primera menstruació ja està nodrint l'om que vam plantar [...]*. [Imatge] https://www.instagram.com/p/B_p08p1INst/

És una fotografia de Judith Colilles amb el seu nadó Om regant amb un líquid vermell les plantes.

Per saber de què es tracta aquest líquid vermell cal llegir la descripció, que evidentment és sang menstrual barrejada amb aigua. És una fotografia que transmet tendresa i que no és impactant per usuaris sensibles a la sang menstrual.

A la descripció parla sobre la seva experiència com a dona i mare que ha passat molt de temps sense tenir la regla (degut a l'embaràs) i com se sent de bé ara que ha tornat.

L'enyorança per la connexió amb el cicle menstrual i tot el que implica. Parla del sentiment de nutrir amb la seva sang l'arbre que ha plantat (un om), un paral·lelisme amb el seu fill que també es diu així. Celebra aquesta nova etapa que coincideix amb el Bealtaine (una festa pagana de fertilitat i màgia).

És una de les publicacions que més comentaris té, on seguidores (totes dones cis, usuàries amb comptes personals i entitats relacionades amb la menstruació) comenten la felicitat que comparteixen amb ella al llegir-la, celebren aquest esdeveniment, aporten experiències personals, agraeixen la seva tasca i donen suport.

Imatge 3



Judith Colilles [@llumdelluna_delapellalanima]. (07/07//2020) *Vaig fer el canvi cap a la copa menstrual farà uns vuit anys. I en deu fer 3 de les compreses [...]*. [Imatge] https://www.instagram.com/p/CCV_GFdo6bM/

És una fotografia d'unes compreses de tela esteses (la tela que recull la sang és de color vermell).

Aquesta imatge pot sobtar pel simple fet de mostrar compreses (ja que és producte que recull la regla).

A la descripció parla del que ha significat per ella el canvi d'ús de la compresa tradicional i tampons a la copa menstrual i les compreses de tela. Aquesta evolució ha sigut tant emocional com ecològica. Fa èmfasi a l'opció de les compreses per les següents raons: la sang fa el circuit natural de sortir del cos, la vagina no queda obstruïda, connexió amb la

pulsió de l'úter que expulsa la menstruació, oportunitat per practicar el sagnat lliure i recollir la sang per més tard utilitzar-la per regar. Després recomana dos comptes que venen aquest producte: @rusccus i @nushu_artesania. Finalment anuncia un *life* que farà amb la col·laboració de @rusccus per parlar d'inducció i ciclicitat.

Totes les persones que han interaccionat amb la foto són dones cis, aporten les seves experiències, donen suport i agraeixen el seu treball.

Imatge 4



Judith Colilles [@llumdelluna_delapellalanima]. (28/05/2020) *Són elles. Les que van confiar amb mi amb els ulls tancats per venir a aquell primer cercle d'hivern a [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/CAvfFhzovG3/>

És una fotografia on apareix un grup de dones assegudes al pati d'una casa al voltant d'una taula en actitud alegre.

Es tracta del primer Cercle de dones que va convocar Judith Colilles, una imatge representativa dels cercles que ha creat.

A la descripció parla sobre l'experiència i l'evolució que ha suposat la creació d'aquest tipus de trobades. També anuncia la creació de nous cercles i dona informació de com unir-se (tant si és online com presencial) i agraeix la participació a les companyes que han assistit.

Els comentaris tornen a ser tots de dones, moltes d'elles participants d'aquests cercles que agraeixen tota la feina feta, altres usuàries recolzen el projecte i pregunten dubtes.

Imatge 5



Judith Colilles [@llumdelluna_delapellalanima]. (10/03/2019) *Tenir cura del cos i les toxicitats que hi entren també passa per la llar. La llar és aquell petit univers [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/Bu1w1sQB8Jo/>

És una fotografia d'un herbolari, on hi ha dos tests de ceràmica plens de flors de lavanda i pots de vidre que, segons les etiquetes, contenen productes naturals.

A la descripció anuncia un taller on ensenya a preparar productes per a la llar sense tòxics, a partir de productes naturals i olis essencials. Parla de la influència que tenen sobre les persones aquests químics i enumera els diferents productes que aprendran a fabricar en el taller. Amb la col·laboració de @amparogalan_fengshui i @nataliaterapies, que contribueixen des de les seves especialitats.

Els comentaris de les usuàries, que tornen a ser totes dones cis (encara que aquest post és per tots els públics), comenten la il·lusió que els fa el taller, agraeixen la seva tasca i pregunten dubtes.

Imatge 6



Judith Colilles [@llumdelluna_delapellalanima]. (10/11/2019) *Ejercicio para conectar con tu ciclicidad. Te propongo un pequeño ejercicio donde te de [...]*. [Video] <https://www.instagram.com/tv/B4eWT1Iz76/>

És un vídeo d'Instagram TV on comparteix un exercici per connectar amb la ciclicitat dins del projecte Cículo de Sabiduria Femenina organitzat per la Catalina Dash (@catalinadash), amb la qual col·labora per fer aquest taller.

Es tracta d'una meditació guiada dirigida a les dones i a la energia femenina que té la intenció de baixar del cap i connectar amb el cos, amb la part de la ciclicitat menstrual.

Els comentaris que obté són d'usuàries (totes dones) que expressen la seva opinió al respecte (tots positius), agraint el seu esforç i treball.

Conclusions:

És un compte que tracta la menstruació des d'un punt de vista més lligat a la naturalesa, l'espiritualitat i l'autogestió de la salut a través de remeis naturals i productes ecològics i renovables. Té un subcompte més orientat cap als Cercles de dones i teràpies relacionades amb la menstruació, però no fa tant d'activisme com al principal. Els cercles que ha organitzat han sigut a casa seva i també a través de videotrucada.

Segons les respostes de l'enquesta, la Judith Colilles, creu que la millor manera d'eliminar el tabú de la menstruació és parlant-ne bé i amb naturalitat. També a partir de la participació activa en Cercles de dones, on es comparteixen experiències i coneixements sobre la menstruació i es donen recolzament. El contingut del seu compte es dirigeix gairebé exclusivament a les dones amb òrgan sexual femení i que menstruen, a excepció de les publicacions que fan incidència en productes naturals de cosmètica i higiene. Aquest pot ser el motiu pel que el 95% de les seguidones són dones entre 20 i 50 anys. No treballa des de la perspectiva de gènere.

En resum, és un compte de divulgació, on Judith Colilles comparteix els seus coneixements sobre menstruació, maternitat i herbolisteria. A més promociona els seus productes i serveis orientats a dones amb aparell sexual femení (en la etapa de fertilitat) i ofereix alternatives per sanar de forma holística el cos.

Mujer Cíclica

@mujerciclicasophiastyle

Presentació:

És un compte creat per Sophia Style⁴⁰, una facilitadora que acompanya dones en el seu procés de sanació i canvi. Això ho fa mitjançant recursos naturals i rituals ancestrals de connexió amb la natura i els cicles. Pensa que la menstruació és un dels vèrtexs de connexió més importants per reconnectar amb l'energia femenina. Col·labora amb Andrea Secchi (dissenyadora gràfica dels seus continguts), Carlota Franco (gestió de xarxes socials i comunicació), Mónica Manso (gestió de la comunicació i atenció d'usuàries i participants) i Sonia J. Cook (administrativa i contable).

El seu objectiu principal és ajudar altres persones en el camí de la transformació, compartint els seus coneixements i facilitant la seva ajuda a través de cursos, Cercles de dones, projectes femenins i compartint informació al blog i a les xarxes socials (algunes

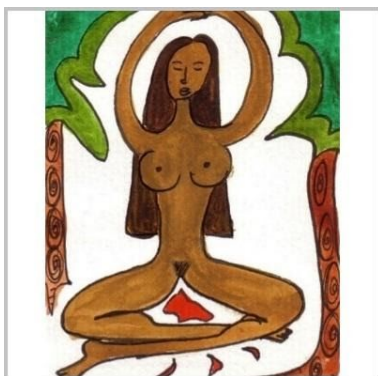
⁴⁰*Quiénes somos.* (s. f.). Mujer Cíclica. Recuperat 5 d'agost de 2020, de <https://mujerciclica.com/sobre-mi/>

teràpies són gratuïtes i altres de pagament). De moment els tallers presencials són per Catalunya i algunes zones de la resta d'Espanya.

Al seu perfil d'Instagram hi ha el link a la seva web⁴¹, on es poden trobar diverses seccions: blog, cursos online, activitats presencials, visualitzacions (meditacions guiades amb un propòsit), agenda i qui son. Cada vegada que hi ha una entrada nova a la web s'anuncia en una publicació d'Instagram.

Anàlisi:

Imatge 1



Sophia Style [@mujerciclicasophiastyle]. (06/07/2018) *LOS MISTERIOS DE LA SANGRE POR SUSUN WEED | MUJER CÍCLICA ¿Qué son los misterios de la sangre? ¿Por qué son [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/Bk5euPxn4Z9/>

És una il·lustració d'una dona nua asseguda a terra, té la regla i està rodejada d'arbres.

La imatge podria despertar rebuig pel fet de ser una dona menstruant, però en ser un dibuix no és tant impactant. Aquest és coherent amb la descripció, ja que parla sobre els misteris de la sang i les seves propietats. Planteja la dona com un ésser sagrat que sagna mensualment, però sense que es tracti d'una malaltia. Una sang que té propietats nutritives, capaç de proporcionar allò necessari per nutrir l'òvul fecundat i proporcionar-li la vida. Després adjunta un enllaç al blog per seguir llegint el post.

⁴¹ @mujerciclicasophiastyle. (s. f.). Linktree. Recuperado 1 d'agost de 2020, de <https://linktr.ee/mujerciclicasophiastyle>

En general, al seu instagram no hi ha gaires comentaris, però sí que hi ha interacció amb *likes*, com és en aquest cas. També considero que, tot i que no sigui de les imatges amb més visibilització (al principi no en tenia gaire), és de les més representatives. Aporta informació sobre la regla des d'una perspectiva mística, orientada cap a la sacralitat de la dona (referint-se a un ésser menstruante creador holístic de vida en tots els sentits) i la venera. És un gran canvi en la visió que es té sobre la regla, tant en la forma de concebre la sang com en la forma de viure la menstruació.

Imatge 2



Sophia Style [@mujerciclicasophiastyle]. (02/06/2020) *EL PODER SANADOR DE LOS CÍRCULOS DE MUJERES Una de las cosas que más me emocionan cuando facilito un taller o círculo [...].* [Imatge] <https://www.instagram.com/p/CA7xAp4C2Vb/>

És una fotografia d'un grup de 20 dones d'edats diverses estirades al terra formant un cercle.

És un dels Cercles de dones que acompanya la Sophia Style dins del projecte de La Tienda Roja⁴², que segons Sophia Style, es tracta un lloc on es reuneixen dones de totes les edats per honorar i celebrar els cicles de la vida, connectar amb la Mare Terra, deconstruir la forma de relacionar-nos amb altres dones (que des del patriarcat els han ensenyat a ser competitives entre elles i a comparar-se, dificultant les relacions, la confiança i el recolzament).

⁴²La Tienda Roja. (s. f.). Mujer Cíclica. Recuperat 1 d'agost de 2020, de <https://mujerciclica.com/la-tienda-roja-de-verano/>

A la descripció parla de l'experiència dels Cercles de dones i com aquests els ajuden a guarir les ferides emocionals i psicològiques. A més, aquests ajuden a canviar la forma de concebre les relacions amb altres dones i de la visió de la vida. També anuncia el curs de facilitadora.

Els comentaris són d'usuàries que donen recolzament i amor, agraeixen l'activitat i d'altres comenten que s'apuntaran al proper cercle.

Imatge 3



Sophia Style [@mujerciclicasophiastyle]. 10/07/2020) 🌸 *La práctica de la respiración ovárica* 🌸 *Hoy os quiero compartir uno de los artículos más leídos del blog de Mujer Cíclica sobre la [...].* [Imatge] <https://www.instagram.com/p/BjsMLA9H7bQ/>

És una fotografia d'un ventre femení amb pètals repartits al voltant del melic i una amatista.

És una imatge simbòlica i coherent amb la descripció. Aquesta parla d'un article que hi ha al bloc sobre la respiració ovàrica i comparteix un petit fragment. A més, fa promoció sobre l'autora d'aquest escrit, Xènia Ros (@taosilvestre) amb la que fa col·laboracions als Cercles de dones. Aquesta respiració es basa en escoltar el cos i posar atenció en la zona on hi ha situat l'aparell sexual femení.

És una de les publicacions amb més *likes*, on moltes usuàries parlen sobre la seva experiència realitzant aquest exercici i com ha sigut de meravellós. També donen les gràcies, etiqueten altres usuàries i pregunten dubtes.

Imatge 4



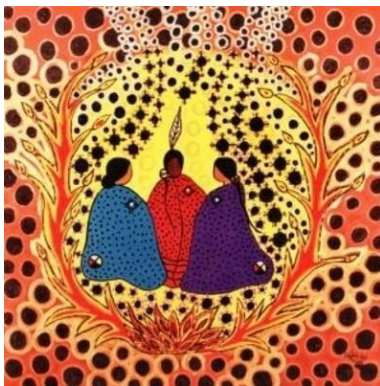
Sophia Style [@mujerciclicasophiastyle]. (09/01/2020) *Te proponemos un curso online que transformará tu percepción de lo que significa ser una mujer cíclica. Estés donde estés y cualquiera que [...].* [Imatge] <https://www.instagram.com/p/B7G7fj2oZud/>

És la portada d'un àlbum d'un seguit de 6 imatges informatives sobre els arquetips del cicle menstrual. A la imatge hi ha dibuixats els 4 arquetips: “La doncella, la madre, la chamana i la anciana” i el títol és “¿Qué arquetipo te resuena más en este momento de tu vida? ¿Cómo percibes y vives las cuatro lunas en ti?”

A cada imatge hi ha informació sobre cada arquetip, que després s'amplia a la descripció i anuncia el curs de Las Cuatro Lunas En Mi. Es tracta d'un curs d'autoconeixement per prendre consciència de les etapes de cada cicle amb un acompanyament online.

La majoria de comentaris són d'usuàries que han participat i expliquen la seva experiència i sembla que totes han acabat satisfetes. També moltes agraeixen la seva tasca i tota la feina que hi darrere, pregunten dubtes, etiqueten altres usuàries i comenten a quina fase de l'arquetip es troben.

Imatge 5



Sophia Style [@mujerciclicasophiastyle]. (25/07/2018) *¿Qué es una facilitadora? Desde Mujer Cíclica, honramos al papel ancestral de la mujer medicina, la chamana o la comadre [...]*. [Imatge] https://www.instagram.com/p/BlqapxGH_0g/

És una il·lustració que representa una chamana (dona medicina) que acompanya dues dones al voltant del foc.

És una imatge molt representativa del text que l'acompanya la descripció, que parla sobre el paper de la facilitadora/chamana/dona medicina. Explica que aquesta està vinculada als coneixements de la naturalesa i els cicles, el poder dels rituals i la connexió amb allò simbòlic per recolzar en els processos de canvi. Després anuncia el curs El Camino de la Facilitadora.

Els comentaris són de recolzament i agraïment per les activitats que ofereix la Sophia Style.

Conclusions:

És un compte d'Instagram orientat a dones cisgènere que té l'objectiu de compartir informació, crear grups de recolzament entre dones (Cercles de dones), canviar la concepció de les relacions entre elles (deconstruint els aprenentatges patriarcals), anunciar tallers i cursos (alguns gratuïts i altres de pagament) i utilitza la menstruació com a vincle, ja que és un dels cicles més interns i el considera sagrat. Per tant, amb aquest canvi de concepció sobre la dona, les relacions entre elles i la regla, està construint una nova visió que ajuda a eliminar els tabús i posa la dona en una posició de dignitat i igualtat.

No ha contestat l'enquesta, però pel que he pogut investigar, la seva audiència la conformen dones en edat fèrtil que es dediquen a donar suport al seu treball, agrair la seva

feina, compartir les experiències viscudes als tallers, preguntar dubtes i etiquetar altres usuàries.

No treballa des de la perspectiva de gènere.

En resum, és un compte molt actiu on hi ha involucrades moltes persones dins el projecte Mujer Cíclica. Fan molt d'activiste, són molt constants a les xarxes socials i té molt bona resposta per part de les usuàries, que participen als posts cada cop més. És un compte didàctic que intenta posar un equilibri entre els continguts de pagament i els gratuïts. Considero que compleixen el seu objectiu del canvi de la visió tant de la dona com de la regla (almenys entre les seguidores, que cada cop són més).

Núria Peguera

@nuriapeguera

Presentació:

És un compte creat per Núria Peguera⁴³, ballarina i facilitadora (alquímia femenina), que ha ideat una terapia anomenada Danza Útera, on utilitza el ball (flamenc) per sanar l'aparell sexual femení. Ho fa mitjançant exercicis específics per equilibrar el cos i els *chakras*, treballant des de l'energia femenina i mobilitzant l'úter mitjançant la dansa per alliberar-lo de tensions. La seva finalitat és acompanyar dones de totes les edats a través de teràpies menstruals, sexualitat sagrada, respiració ovàrica i tantra. Per fer-ho, crea els anomenats espais segurs o Cercles de dones, perquè les persones que participin puguin ser elles mateixes i deixar-se anar. Vol crear un mètode de sanació holística, que uneixi cos, ment i ànima, per treballar ferides psicològiques, físiques i emocionals. Utilitza el recurs de les fases menstruals per potenciar la dona (no parla des de la perspectiva de gènere, es refereix a dones cisgènere, però tampoc exclou les persones menstruants no binàries o trans).

⁴³*Healing and Transformation through Feminine Alchemy*. (s. f.). Nuria Peguera. Recuperat 2 d'agost de 2020, de <https://nuriapeguera.com/#spanish>

Es centra molt a promocionar el ball i la Danza Útera, moltes de les publicacions són petits fragments del ball que ha creat (tant d'ella com d'alguns Cercles de dones i tallers). En segon lloc, el que més fa és donar visibilitat a la menstruació a través de fotografies de la regla (tant simbòliques com literals) i explicant com viu les fases de cada etapa del cicle segons en quina es troba. Una forma de parlar sobre la menstruació que pretén naturalitzar les converses sobre la regla i convida a altres usuàries a fer el mateix.

Ella viu a l'Índia, però viatja i fa tallers presencials i online.

A la descripció del seu compte hi ha un *link* que porta a la pàgina principal on hi ha diverses seccions, entre elles anuncis i informació sobre els diferents tallers que imparteix, formacions, retirs, rituals i finalment, un blog⁴⁴ on reflexiona sobre la menstruació.

Anàlisi:

Imatge 1



Núria Peguera [@nuriapeguera]. (26/05/2020) *Acción Visibilidad Menstrual Bendita tu eres , Gracias por recordarme cada mes que soy muerte y que soy vida, Gracias por susurrarme [...]*. [Imatge] https://www.instagram.com/p/CAP9uv5Hxx_//

És una *selfie* de la Nuria Peguera nua pintada amb unes ratlles a la cara de color vermell.

⁴⁴*Sagrado Femenino*. (s. f.). Healing and Transformation through Feminine Alchemy. Recuperado 2 de agosto de 2020, de <https://nuriapeguera.com/category/sagrado-femenino/page/2/>

És una fotografia on la implicació amb la regla pot passar desapercebuda si no es llegeix la descripció. Com bé diu al principi de tot, és una “Acción Visibilidad Menstrual” que vincula amb un compte d’Instagram @accionesagradasangrado⁴⁵, que gestiona juntament amb @lalunarituals i es dediquen a penjar fotografies de persones fent servir la sang menstrual (usuàries que envien les seves fotografies per col·laborar). En la foto del seu perfil agraeix les coses que li aporta tenir la regla i explica com es sent al respecte.

Als comentaris, les usuàries feliciten la seva acció i altres pregunten per què ho fa i com poden canviar la visió que tenen de la regla (ja que els dona aversió pensar en posar-se sang menstrual a la cara). En aquest cas, hi ha dos usuaris masculins que comenten amb admiració aquest acte.

Imatge 2



Núria Peguera [@nuriapeguera]. (21/08/2019) *MenstruAMANDO Hoy es el primer día de menstruación. Me he despertado con este hermoso color intenso lleno de vida y muerte. Me siento [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/B381Pn0hig2/>

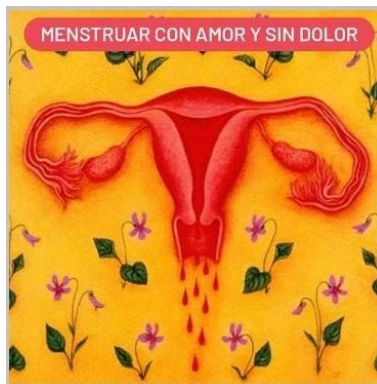
És una fotografia de la Núria Peguera a dins d’un arbre vestida de vermell i ajupida.

⁴⁵Acción sagrado sangrado. (s. f.). Instagram. Recuperat 2 d’agost de 2020, de <https://www.instagram.com/accounts/login/?next=/accionesagradasangrado/>

És una imatge simbòlica on el vestit representa la sang i és coherent amb la descripció. Explica el seu primer dia de regla, com es sent i com l'ha viscut. Com s'ha d'adaptar al ritme frenètic de la societat quan el seu cos li està demanant un descans, ja que es sent tant esgotada que li costa molt realitzar els quefers del dia, però com alhora es permet baixar el ritme i fer-ho de la millor manera que pot. D'aquesta manera visibilitza la regla explicant la seva experiència, normalitzant el fet de parlar del tema i denunciant com està d'inadaptada aquesta societat amb les persones menstruants. Finalment, dona uns consells per poder atendre aquest esgotament i gestionar aquesta fase del cicle.

En general hi ha força participació en les seves publicacions, en aquest cas moltes usuàries han afalagat la Núria Peguera (no només físicant), han aportat les seves experiències i de nou, dos usuaris masculins (no els mateixos) han comentat amb admiració la seva publicació.

Imatge 3



Núria Peguera [@nuriapeguera]. (29/07/2020) *Menstruar sin dolor. Es posible menstruar sin dolor? TOTALMENTE!! Y no solo eso, menstruar con placer y mucho AMOR es [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/CDOouTIh8Nn/>

És una il·lustració (que no és seva, però a la descripció demana ajuda per trobar l'autora per poder-la etiquetar) esquemàtica de l'aparell sexual femení (ovaris, trompes de Falopi, uter, endometri, cervix, vagina i vulva) sagnant, decorat amb flors i un text que diu "Menstruar con amor y sin dolor"

És una publicació que parla del dolor menstrual i com el canvi de concepció que es té sobre la regla (el fet de canviar la mirada) pot fer canviar la forma de viure-la i fins i tot, que el dolor disminueixi o es transformi fins al punt que sigui plaent. Per poder-ho aconseguir dona uns tips, a més del diagrama lunar i les meditacions que ofereix al seu blog.

Els comentaris són la majoria d'usuàries agraint els consells i explicant les seves experiències i, de nou, hi ha un comentari d'un usuari masculí que etiqueta a algunes usuàries (per compartir la informació).

Imatge 4



Núria Peguera [@nuriapeguera]. (29/07/2020) *Mujer, siembra tu sangre. Ofrece a la tierra el flujo sagrado que contiene tus memorias, tus emociones, tu sabiduría, tus risas y [...]*. [Imatge] <https://www.instagram.com/p/Bq6n4UMgl4u/>

És una fotografia (que no és seva), on hi ha un bol tibetà ple de sang sostingut per unes mans i al terra on hi ha roses.

A la descripció parla de l'acte de retornar a la terra la sang com a símbol de neteja i purificació (que és el mateix que fa la regla) de les vivències amb l'objectiu de continuar amb el cicle, deixar anar i fer espai a les noves experiències. També parla del poder de sanació a través de l'energia femenina i dels beneficis de reconciliar-se amb l'energia masculina (que ha sigut la dominant) transmutant tot el dolor i la violència infligida pel patriarcat.

Els comentaris són d'usuàries que agraeixen les seves paraules i comenten com es senten.

Imatge 5



Núria Peguera [@nuriapeguera]. (22/08/2019) *Ser la Danza Aquí un pequeño fragmento íntimo y hermoso de autoamor a través del baile, durante la Formación en [...]*. [Vídeo] <https://www.instagram.com/p/B36F03dhHLX/>

És un petit fragment de vídeo d'un grup de dones ballant.

Es tracta d'un dels tallers presencials que imparteix la Núria Peguera de Danza Útera Alquimia Esencial, aquest cop a Barcelona i convida a inscriure's a altres dones (cisgènere) i a participar en el següent taller. Explica que aquesta és una forma de sanar-se i estimar-se, gaudint de la ciclicitat i dels propis ritmes.

Tots els comentaris són d'usuàries demanant informació i sol·licitant una plaça.

Conclusions:

En aquest cas, no és un instagram que es dediqui a la divulgació d'informació sobre la menstruació i les possibles malalties o trastorns, però sí que ho fa dels aspectes relacionats amb el dolor o com canviar la concepció de la regla. Moltes de les seves publicacions estan dedicades a la visibilització de la sang menstrual o a explicar com li afecta la regla (parlant sobre ella de forma natural i convidant a participar a altres persones). També comparteix moltes fotografies i vídeos dels tallers que imparteix sobre dansa, on es pot veure que es tracta d'una terapia espiritual lligada a les energies (com per exemple la tântrica). Ella explica que es tracta d'una teràpia holística, on l'objectiu és que les dones s'acceptin i s'estimin tal i

com són i aconsegueixin gaudir de l'experiència de la menstruació en un procés de sanació de l'úter.

És dels pocs comptes on la participació masculina és freqüent i els comentaris són de recolzament i admiració, tant com a persona com de la feina que fa.

Hi ha una part gratuïta de contingut (meditacions, consells i pràctiques físiques per alleugerir el dolor) i una altra part de pagament molt completa (tallers i Cercles de dones), on la gent comenta les seves experiències (només he trobat de positives).

No treballa des de la perspectiva de gènere.

CONCLUSIONS

En aquest treball s'han recollit diferents visions històriques i culturals sobre la menstruació, elaborant un estudi d'un fenomen fisiològic carregat de prejudicis que arriben fins la contemporaneïtat.

En primer lloc, s'ha intentat esclarir l'origen i els motius que han dut a la societat a considerar la regla un tabú, però no s'ha arribat a conclusions molt específiques, ja que no hi ha proves concloents que determinen un origen concret. Tanmateix, tot indica que la ignorància i les explicacions fantàstiques antigues (mitologia convertida en religió) sobre temes que es desconeixien, han dut la societat a heretar idees arcaiques arrelades a la cultura i perpetrades per sistemes socials construïts amb una base patriarcal, capitalista i jeràrquica. La societat (en concret l'home cis) ha definit el significat dels seus components i per tant, ha decidit el lloc que hi ha d'ocupar cada persona, animal i cosa. Per tant, la dona cis (pel fet de tenir la capacitat de concebre) ha quedat relegada a una posició subordinada i, amb ella, també la menstruació.

En segon lloc, s'ha analitzat el panorama contemporani a través de dos treballs de fi de grau que estudien la publicitat de productes per gestionar la sang menstrual (a nivell nacional i internacional). En ells s'ha trobat que, malgrat els avenços que s'han produït a la societat des de l'aparició de moviments feministes que reivindiquen la igualtat i l'equitat, la publicitat d'aquests productes segueix perpetuant el discurs tradicional hegemònic establert. Tot i així, s'ha produït algun canvi en aquest tipus d'espots, sobretot a escala internacional.

Finalment, s'ha buscat informació sobre la visió contemporània i polititzada de la menstruació, que s'ha dut a terme mitjançant el ciberactivisme (radical i espiritual) a través de les xarxes socials. Per demostrar-ho, s'ha analitzat un conjunt de 8 comptes d'Instagram (com a eina de trobada i de difusió) que donen visibilitat a la menstruació. L'activisme menstrual es relaciona directament amb la reconexió amb el cos, la sororitat, el canvi en el model social (patriarcal i capitalista) i la cura del medi ambient.

Gràcies a Internet, molts col·lectius han trobat el suport (per part d'altres usuaris i usuàries) i la informació necessària per qüestionar els pilars establerts de la societat i construir-ne de nous. Cada cop es creen més espais segurs on conflueixen persones amb les mateixes inquietuds i juntes promouen la visibilització (a través de diferents estratègies) de

temes que el model social hegemònic tendeix a ocultar. Això fomenta la seva naturalització i per tant, s'impulsa la diversitat. És un procés que avança i que a poc a poc el món online trasllada al món *offline*.

En el cas de la menstruació, els comptes que s'han escollit (per ser dels més representatius) fan una gran tasca en la societat i, encara que el canvi no sigui a nivell mundial (socioeconòmicament), les comunitats que s'han creat estan afavorint els canvis a nivell individual, local i fins i tot al petit mercat. Posen consciència del gran tabú que hi ha darrere la menstruació, demostrant que el significat que els han ensenyat és una construcció patriarcal. Així doncs, una de les seves tasques és redefinir-la i es fa desde dues vessants: la del feminisme radical i l'espiritual.

Ambdues fan de la regla una qüestió política; volen que la menstruació sigui una qüestió de salut i no d'higiene i així fer polítiques menstruals adaptades al món contemporani i alhora, consideren que s'hauria de trobar una alternativa al capitalisme, ja que aquest sistema és insostenible a tots els nivells. També fomenten l'ecologia, sent aquest un dels vèrtexs principal de les seves polítiques menstruals, creant alternatives ecològiques als productes per al tractament de la regla i compartint models més sostenibles de vida. A més, les dues es recolzen en dades científiques a l'hora de parlar sobre qüestions relacionades amb la regla i tot allò que l'envolta, fent una tasca educativa molt important. Tanmateix, troben alternatives per aprofitar la regla, ja que s'ha descobert que aquesta té propietats beneficioses (tot i que també, degut als tòxics als quals estan exposades les persones, aquesta pot contenir toxines perjudicials). Així mateix, visibilitzen i naturalitzen la regla a través de fotografies de la sang, il·lustracions, mostrant els productes per al tractament de la sang i compartint experiències. Finalment, un dels objectius de (gairebé) tots els comptes és vendre un producte o servei, tot i que gran part de la seva tasca és gratuïta.

La diferència que hi ha entre aquestes dues formes d'activisme és que els comptes d'activisme espiritual es basen en l'herència tradicional de l'espiritualitat com a forma de reconnectar amb la naturalesa i el cos, i el radical és més científic. Així doncs, l'activisme espiritual, planteja alternatives sostenibles i menys consumistes de viure en societat. Promouen l'ús de productes naturals fets a mà i sense tòxics, plantes remeieres i busquen sempre l'alternativa ecològica. A més, convida a practicar l'espiritualitat, no com una religió, sinó com una forma de connectar holísticament cos, ment i ànima. No hi ha déus, sinó un tot del qual formen part tots els elements de l'univers. Tenen la premissa que les persones s'han

desconnectat per un desequilibri energètic i que per aquesta raó el món es troba immers en un caos que porta a l'autodestrucció. Per tant, s'ha de tornar a l'equilibri (yin i yang) en aquest món orientat cap a l'energia masculina (patriarcat) i fomenta la reconexió amb l'energia femenina (des de la creença que dins de tothom hi ha energia masculina i femenina).

Després d'analitzar el contingut dels seus comptes i el feedback amb les usuàries i usuaris, es demostra que s'ha aconseguit (en part) el seu objectiu de visibilitzar la regla i naturalitzar-la. El tipus de comentaris que reben i la participació (des de que va començar aquesta onada cap al 2016) ha evolucionat. Avui dia moltes persones s'atreveixen a compartir les seves experiències, anècdotes i fins i tot, imatges de la seva pròpia sang. Tot i així, la majoria de participants són dones cis i esporàdicament, algun comentari d'un home cis que dóna suport. A més, els comentaris d'odi i rebuig han disminuït (segons les enquestes), tot i que no es pot demostrar, ja que les propietàries dels comptes els han eliminat.

Per altra banda, gairebé cap parla des de la perspectiva de gènere i si ho fan és de forma esporàdica. Alguns s'han replantejat la seva forma de treballar i de dirigir-se cap als usuaris i usuàries per ser inclusives. Considero que en aquesta part es podria millorar, tot i així, es tracta d'un moviment que va evolucionant i es va deconstruint.

BIBLIOGRAFIA

I. ARTICLES ACADÈMICS

Ramírez Morales, M. . d. e. l. . R. (2018, 18 septiembre). *Ciberactivismo menstrual: feminismo en las redes sociales*. ResearchGate.
https://www.researchgate.net/publication/336915302_Ciberactivismo_menstrual_feminismo_en_las_redes_sociales_Menstrual_cyberactivism_feminism_in_social_networks

Rey, D., Sohm, C., Rodríguez, S., Escobar, M., & Fajardo, E. (2019, 5 diciembre). *Ecofeminismo y cuidado del cuerpo de la mujer*. ResearchGate.
https://www.researchgate.net/publication/338611922_ECOFEMINISMO_Y_CUIDADO_DEL_CUERPO_DE_LA_MUJER#read

Saldaña, S. M. V., Barredo Ibañez, D., & Merchán Clavellino, A. (2019, 15 marzo). *Vista de Roles de género en los contenidos publicitarios de las revistas femeninas de alta gama españolas, su asociación con los patrones femeninos corporales restrictivos y la percepción que tiene la mujer real de este fenómeno*. Revistas Científicas Complutenses.
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/67009/4564456552704>

II. ARTICLES PERIODÍSTICS

Aloso, A. A. (s. f.). *Diversidad sexual (Apuntes Básicos)*. Congreso FAPMI. Recuperat 6 de junio de 2020, de
https://www.congresofapmi.es/imagenes/auxiliar/XIIICong_Ponentes_PBP_Alberto%20Alba_Apuntes%20B%C3%A1sicos.pdf

- Bell, J. (2017, 16 julio). *Sí, si puede hablar de menstruación más allá del género*. HelloClue.
<https://helloc clue.com/es/articulos/ciclo-a-z/como-hablar-de-menstruacion-mas-alla-del-genero>
- Capella, M. (2020, 19 marzo). *Usos de la menstruación: ¿qué contiene la sangre menstrual? - Sileu cup*. Sileu cup copas menstruales y accesorios.
<https://sileu.com/es/usos-de-la-menstruacion/?v=796834e7a283>
- Castellón, M. (2020, 8 febrero). *Oscar 2020: ¿Dónde están las mujeres?* Fuera de Foco.
<https://fueradefoco.com.mx/destacados/oscars-2020-donde-estan-las-mujeres/>
- Flores, A. B. G. (2020, 18 abril). *Los premios Oscar de Time's up y Me Too*. RTVE.es.
<https://www.rtve.es/noticias/20180228/oscar-times-up-too/1686208.shtml>
- La menstruación, una valiosa fuente de células madre*. (2015, 23 julio). La Razón.
<https://www.larazon.es/atusalud/salud/la-menstruacion-una-valiosa-fuente-de-celulas-madre-GG10349593/>
- Martínez, C. (2015, 14 octubre). *El matriarcado: una apasionante controversia*. Mujeres con ciencia.
<https://mujeresconciencia.com/2015/10/14/el-matriarcado-una-apasionante-controversia/>
- Navarro, N. (2019, 12 julio). Entrevista a Carlota Mas Rui. *El Periódico*.
<https://www.elperiodico.com/es/entre-todos/20181006/carlotamasruiz-hay-que-poner-la-vagina-en-el-centro-7068978>
- Olivia Colman and Green Book win Oscars*. (2019, 25 febrero). BBC News.
<https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-47352722>

“Period. End of Sentence”: 7 cosas que debes saber del documental ganador del Oscar sobre el tabú de la menstruación. (2019, 25 febrero). MOR.BO. <https://www.ismorbo.com/period-end-of-sentence-7-cosas-que-debes-saber-de-l-documental-ganador-del-oscar-sobre-el-tabu-de-la-menstruacion/>

Pessi, M. S. (2010, julio). *TABÚ Y PUBLICIDAD. EL TITULAR EN AVISOS PUBLICITARIOS GRÁFICOS DE PRODUCTOS PARA EL PERÍODO MENSTRUAL (1930-1955).* Revista de Estudios Filosóficos. <http://www.tonosdigital.com/ojs/index.php/tonos/article/view/411>

Vega Saldaña, S. M., Barredo Ibáñez, D., & Merchán Clavellino, A. (2019, 9 enero). *Percepción de los comportamientos y patrones corporales asignados a la mujer en publicidad.* Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación. http://institucional.us.es/revistas/Ambitos/44/Art/Percepcion_de_los_comportamientos_y_patrones_corporales_asignados_a_la_mujer_en_publicidad.pdf

III. LLIBRES

Amorós, C. (1991). *Hacia una crítica de la razón patriarcal* (2.^a ed.). Anthopos. <http://www.redmovimientos.mx/2016/wp-content/uploads/2016/10/Amor%C3%B3s-Celia-Hacia-una-cr%C3%ADtica-de-la-raz%C3%B3n-patriarcal.compressed.pdf>

Federici, S. (2004). *Calibán y la bruja.* Traficantes de sueños. <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/Caliban%20y%20la%20bruja-TdS.pdf>

Plath, Sylvia. (1985) *Arbres d'hivern. Edició bilingüe,* Barcelona, Espanya: Editorial Edicions del Mall (poesia del segle XX)

Stein, E., & Kim, S. (2009). *Flow: The Cultural Story of Menstruation (English Edition)* (1.^a ed.). St. Martin's Griffin.
<https://play.google.com/books/reader?id=Cmeg-CVLHiEC&hl=ca&printsec=frontcover&pg=GBS.PP1>

IV. TREBALLS DE FI DE GRAU

Navalon Esbri, Sheila (2019). *La incidencia del feminismo en los anuncios de compresas en España (2012-2018)* (Treball de fi de grau). Universitat Jaume I (Castelló de la plana)
http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/184802/TFG_2019_NavalonEsbri_Sheila.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ros Miralles, Gemma (2017). *Los tabúes de la menstruación en la comunicación publicitaria en productos de higiene femenina: análisis discursivo de tendencias emergentes desde la igualdad de género* (Treball de fi de grau). Universitat Jaume I (Castelló de la plana)
http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/169030/TFG_2017_RosMiralles_Gemma.pdf?sequence=1&isAllowed=y

V. PÀGINES WEB

Acción sagrado sangrado. (s. f.). Instagram. Recuperat 2 d'agost de 2020, de <https://www.instagram.com/accounts/login/?next=/accionesagradasangrado/>

Bayó, S. (2020, 28 abril). *¿Cuál es la edad de los usuarios de las redes sociales?* Agencia Marketing Digital Barcelona - Mediaclick.

<https://www.mediatick.es/blog/cual-es-la-edad-de-los-usuarios-de-las-redes-sociales/>

Blanc! (2020, 11 agosto). Blanc! <https://blancfestival.com/about-blanc/>

CYCLO. (s.f.). *CYCLO Menstruación Sostenible.*
<https://ilovecyclo.com/es/info/nosotras>

Engels, F. (s. f.). *Engels: El origen de la familia, la propiedad privada y estado. II. La familia.* <https://webs.ucm.es/info/bas/es/marx-eng/84of/84OF2.htm>.
Recuperat 6 de julio de 2020, de <https://webs.ucm.es/info/bas/es/marx-eng/84of/84OF2.htm>

Healing and Transformation through Feminine Alchemy. (s. f.). Nuria Peguera.
Recuperat 2 d'agost de 2020, de <https://nuriapeguera.com/#spanish>

La Tienda Roja. (s. f.). Mujer Cíclica. Recuperado 1 de agosto de 2020, de <https://mujerciclica.com/la-tienda-roja-de-verano/>

Mimosa/Carlota Mas. (2018). ESDAP.
<http://www.esdap.cat/p/2/889/0/Mimosa---Carlota-Mas>

@mujerciclicasophiastyle. (s. f.). Linktree. Recuperat 1 d'agost de 2020, de <https://linktr.ee/mujerciclicasophiastyle>

Novillo, C. (2020, 20 febrer). *Qué es el ecofeminismo.* [ecologiaverde.com](https://www.ecologiaverde.com).
<https://www.ecologiaverde.com/que-es-el-ecofeminismo-2078.html>

Quiénes somos. (s. f.). Mujer Cíclica. Recuperado 5 de agosto de 2020, de <https://mujerciclica.com/sobre-mi/>

Sagrado Femenino. (s. f.). Healing and Transformation through Feminine Alchemy.
Recuperado 2 de agosto de 2020, de
<https://nuriapeguera.com/category/sagrado-femenino/page/2/>

Sapere aude. (s. f.). Aiete. Recuperat 6 de agosto de 2020, de
<http://www.aiete.net/2016/10/dimidium-facti-qui-coepit-habet-sapere-aude-incipe/>

Yoga y ciclo menstrual. (s.f.). Escuela CYCLO.
<https://escuelacyclo.com/curso/yoga-y-ciclo-menstrual/>

VI. VÍDEOS I DOCUMENTALS

Ausonia. (2020, 9 enero). *AUSONIA. TUS EMOCIONES TE HACEN FUERTE. CON REGLA O SIN ELLA*. [Vídeo]. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=_W8PHDCC-XY

Berton, Lisa. Schiff, Garrett K. Zehtabchi, Rayka. Taback, Lisa (productores), Zehtabchi, Rayka (directora). (2019, 19 febrer). *Una revolución en toda regla* [documental]. <https://www.netflix.com/title/81074663>

ElPeriódico. (2019, 8 marzo). *Kit menstrual Mimosa: el empoderamiento empieza por saber qué hay allí abajo* [Vídeo]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=SfFNHDk84ik>

ElPeriódico. (2019b, mayo 20). *Vídeo Entrevista a Carla Mas* [Publicació Facebook]. Facebook. <https://www.facebook.com/unsupportedbrowser>

ANNEX

FORMULARIO:

ANEX 1:

MENSTRUACIÓN: EL PASO DEL TABÚ AL EMPODERAMIENTO

1. Nombre de la cuenta: *

Tengo la Regla

2. Breve descripción de la cuenta y contenido que publicas: *

Es una cuenta de Activismo Menstrual donde proporcionó información sobre el ciclo menstrual para fomentar el autoconocimiento

3. Cuál fue tu motivación para crear este tipo de contenido? Cuáles son tus objetivos? *

Parte de mi propia experiencia al sentir frustración al no encontrar respuestas en el discurso convencional de los médicos y al sentir la normalización del dolor. Mi objetivo es dar el derecho fundamental de la información a personas menstruantes para que conozcan su ciclo y puedan tomar decisiones y manejar mejor su incertidumbre hacia las patologías menstruales.

4. Cuál crees que es la mejor manera de eliminar el tabú de la menstruación? *

Mediante la educación menstrual y sexual integral. También desde los anuncios publicitarios y desde la propia familia.

5. Teniendo en cuenta el género, cuál es el que más abunda en tu cuenta? Cuál es su franja de edad? *

Son mujeres de 25- 34 años

6. Cómo es el feedback que obtienes de tus seguidores y seguidoras? Hay diferentes tipos de respuesta a tus publicaciones? *

Si, la mayoría de mis publicaciones son compartidas o guardadas para su posterior consumo.

7. Crees que el hecho de que sea un espacio público les supone un obstáculo a la hora de interactuar en tus publicaciones? (compartiéndolas en sus historias, comentando sus experiencias, hablando directamente contigo, etc) Tal vez con el paso del tiempo ha aumentado la interacción? *

Puede que algunas personas les de algo de vergüenza interactuar de forma abierta, pero la gran mayoría lo hace contando sus experiencias. Si con el paso del tiempo cada vez más se animan a comentar y compartir e incluso poner su experiencia en sus propias stories.

8. Cuál crees que es la imagen que proyectas sobre la menstruación y las personas menstruantes? *

Empoderadora, no hay nada mejor que conocerse para decidir por ti misma.

9. Cómo crees que puede ayudar en la sociedad el cambio de visión de la menstruación? *

Respetandola como lo que es, un proceso fisiológico y natural consecuencia de tener ciclos sanos y ovulatorios. Las niñas no sentirían vergüenza o no serían apartadas de sus comunidades como pasa en Nepal. Los productos serían gratuitos y en cada puesto de trabajo y colegio habría un Banco de productos... Pienso que no es demasiado utópico si se quiere hacer, pero al sistema no le interesa.

10. Este espacio está dedicado a aportar alguna cosa que quieras compartir. También puedes sugerir alguna pregunta que crees que le falte a la encuesta. Si te apetece puedes explicar alguna anécdota. *

Es genial que cada vez existe más cuentas y personas que se interesen por el activismo menstrual y visibilizar la menstruación como un acto natural y que poco a poco, se conseguirán cambios

1. Nombre de la cuenta: *

Ocho Lunas

2. Breve descripción de la cuenta y contenido que publicas: *

Cuenta de comunidad y empoderamiento femenino

3. Cuál fue tu motivación para crear este tipo de contenido? Cuáles son tus objetivos? *

Crear espacios de comunidad y sostén entre mujeres. Yo no tuve estos espacios y quise crearlos.

4. Cuál crees que es la mejor manera de eliminar el tabú de la menstruación? *

Relacionándome con mi sangre menstrual de una manera consciente, tangible y constante.

5. Teniendo en cuenta el género, cuál es el que más abunda en tu cuenta? Cuál es su franja de edad? *

25-35

6. Cómo es el feedback que obtienes de tus seguidores y seguidoras? Hay diferentes tipos de respuesta a tus publicaciones? *

Sí, pero abundan las respuestas de soporte a lo que comparto. Muchas mujeres me cuentan que se animan a practicar a través de lo que comparto.

7. Crees que el hecho de que sea un espacio público les supone un obstáculo a la hora de interaccionar en tus publicaciones? (compartiéndolas en sus historias, comentando sus experiencias, hablando directamente contigo, etc) Tal vez con el paso del tiempo ha aumentado la interacción? *

Sí. Con el paso del tiempo aumenta la interacción

8. Cuál crees que es la imagen que proyectas sobre la menstruación y las personas menstruantes? *

De naturalidad

9. Cómo crees que puede ayudar en la sociedad el cambio de visión de la menstruación? *

Sanación del linaje femenino. Abolición del patriarcado en un futuro. Empoderamiento de la mujer

10. Este espacio está dedicado a aportar alguna cosa que quieras compartir. También puedes sugerir alguna pregunta que crees que le falte a la encuesta. Si te apetece puedes explicar alguna anécdota. *

Las mujeres nos sanamos desde el amor al cuerpo. Amor a la comunidad, amor a la diversidad, amor a nosotras mismas para amar a nuestras hermanas. Seguimos tejiendo!

1. Nombre de la cuenta: *

@llumdelluna_delapellalanima

2. Breve descripción de la cuenta y contenido que publicas: *

Ciclicidad femenina, autogestión de la salud, cosmética energética

3. Cuál fue tu motivación para crear este tipo de contenido? Cuáles son tus objetivos? *

Porque trabajo desde la Ciclicidad y esta empieza físicamente con nuestra menstruación.

4. Cuál crees que es la mejor manera de eliminar el tabú de la menstruación? *

Hablar de ella. Y bien.

5. Teniendo en cuenta el género, cuál es el que más abunda en tu cuenta? Cuál es su franja de edad? *

Mujeres 95%. De entre 20 y 50 años

6. Cómo es el feedback que obtienes de tus seguidores y seguidoras? Hay diferentes tipos de respuesta a tus publicaciones? *

Depende del tema. Normalmente alineadas con lo que opino, comparto...

7. Crees que el hecho de que sea un espacio público les supone un obstáculo a la hora de interaccionar en tus publicaciones? (compartiéndolas en sus historias, comentando sus experiencias, hablando directamente contigo, etc) Tal vez con el paso del tiempo ha aumentado la interacción? *

Depende del tema, pero si, con el paso del tiempo ha aumentado la interacción.

8. Cuál crees que es la imagen que proyectas sobre la menstruación y las personas menstruantes? *

De naturalidad, como algo que nos aporta. Que suma en nuestra vida.

9. Cómo crees que puede ayudar en la sociedad el cambio de visión de la menstruación? *

La visión de la menstruación como un acto orgánico de nuestro cuerpo sumado a la comprensión de la energía de la ciclicidad, del ritmo cíclico, puede aportar a la sociedad una visión flexible de la vida, saliendo de la alineación con el sistema capitalista y patriarcal. Permitiendo crear nuevas estructuras sociales, laborales, etc

10. Este espacio está dedicado a aportar alguna cosa que quieras compartir. También puedes sugerir alguna pregunta que crees que le falte a la encuesta. Si te apetece puedes explicar alguna anécdota. *

Gracias por dar visibilidad al tema!

1. Nombre de la cuenta: *

Menstruación Consciente SLP

2. Breve descripción de la cuenta y contenido que publicas: *

Sexualidad, género, feminismo y salud hormonal, del ciclo menstrual y cuerpo

3. Cuál fue tu motivación para crear este tipo de contenido? Cuáles son tus objetivos? *

En inicio compartir mi experiencia personal, mi trabajo profesional clínico y mi enfoque pedagógico sobre los temas en mis espacios entre trabajo terapéutico y otros proyectos, con el tiempo se volvió de tiempo completo y totalmente mi enfoque diario de trabajo, crear contenido ético, con bases científicas, perspectiva crítica feminista y con fácil entendimiento público

4. Cuál crees que es la mejor manera de eliminar el tabú de la menstruación? *

Hablando de lo que genera el tabú y lo sostiene, de lo que históricamente ha beneficiado al sistema que las personas socialicemos el tabú y lo reproduzcamos. La historia crítica es importante para entender el presente que vivimos.

5. Teniendo en cuenta el género, cuál es el que más abunda en tu cuenta? Cuál es su franja de edad? *

Mujeres 17 a 50

6. Cómo es el feedback que obtienes de tus seguidores y seguidoras? Hay diferentes tipos de respuesta a tus publicaciones? *

Si, de todo... Pero en general es siempre una muy buena respuesta, aunque como en todo hay violencia también de vez en cuando, sobre todo con publicaciones que son confrontativas a prejuicios y privilegios.

7. Crees que el hecho de que sea un espacio público les supone un obstáculo a la hora de interaccionar en tus publicaciones? (compartiéndolas en sus historias, comentando sus experiencias, hablando directamente contigo, etc) Tal vez con el paso del tiempo ha aumentado la interacción? *

Siempre tuve mucha interacción y entre más crecen las cuentas más crece la interacción, no es un obstáculo

8. Cuál crees que es la imagen que proyectas sobre la menstruación y las personas menstruantes? *

Positiva pero muy crítica

9. Cómo crees que puede ayudar en la sociedad el cambio de visión de la menstruación? *

Más que la visión, lo urgente es la vivencia desde otras condiciones, y verla por añadidura cambiará, no podemos ver algo que no tenemos la experiencia de por medio.

10. Este espacio está dedicado a aportar alguna cosa que quieras compartir. También puedes sugerir alguna pregunta que crees que le falte a la encuesta. Si te apetece puedes explicar alguna anécdota. *

Creo que es importante evidenciar las dificultades de trabajar el tema, no como queja sino porque ahí está el trabajo faltante, muchas activistas dejamos en el camino muchas intenciones de trabajo por agresiones, falta de apoyos, carencias en la seguridad y estabilidad al trabajo de base y la falta de remuneración para dedicarle tiempo completo, se vuelve una doble jornada con pocas expectativas de crecimiento

1. Nombre de la cuenta: *

@ILOVECYCLO

2. Breve descripción de la cuenta y contenido que publicas: *

Cuenta oficial de la empresa CYCLO Menstruación Sostenible, la primera empresa española especializada en productos de menstruación sostenible. Difundimos información sobre la copa menstrual y otras alternativas menstruales, así como información sobre el ciclo menstrual.

3. Cuál fue tu motivación para crear este tipo de contenido? Cuáles son tus objetivos? *

Tenemos un objetivo que nunca ha cambiado; llevar la educación menstrual a todas las mujeres. Y esto se hace con las fotos que véis en nuestro Instagram @ilovecyclo, con los videos de Youtube de CYCLO Menstruación Sostenible, con los productos que traemos a la tienda, con los talleres que hacemos y con todas las charlas sobre menstruación sostenible que doy en cuanto me dejan.

4. Cuál crees que es la mejor manera de eliminar el tabú de la menstruación? *

La educación menstrual y la visibilización de nuestra menstruación como algo positivo (incluyendo la sangre menstrual real)

5. Teniendo en cuenta el género, cuál es el que más abunda en tu cuenta?Cuál es su franja de edad? *

Mujer entre 25 y 45 años

6. Cómo es el feedback que obtienes de tus seguidores y seguidoras? Hay diferentes tipos de respuesta a tus publicaciones? *

En general el feedback que obtenemos es muy positivo, aunque puntualmente encontramos algún comentario negativo, sobre todo en publicaciones donde se muestra sangre menstrual real.

7. Crees que el hecho de que sea un espacio público les supone un obstáculo a la hora de interaccionar en tus publicaciones? (compartiéndolas en sus historias, comentando sus experiencias, hablando directamente contigo, etc) Tal vez con el paso del tiempo ha aumentado la interacción? *

Totalmente, aunque la interacciones es cada vez mayor, todavía encontramos una gran barrera a la hora de lograr que nuestras seguidoras compartan nuestro contenido con sus seguidores, especialmente si se trata de una imagen más realista donde se ve sangre menstrual. También es muy difícil todavía lograr que muestren su menstruación o hablen de ellas más abiertamente desde sus cuentas.

Esto último es algo que hemos visto incluso a la hora de conseguir colaboraciones con cuentas grandes o influencers.

8.Cuál crees que es la imagen que proyectas sobre la menstruación y las personas menstruantes? *

Somos un referente al que recurrir para recibir educación menstrual y aprender más sobre nuestro ciclo. La fundadora de CYCLO, Paloma, ha logrado que otras mujeres sean capaces de romper el tabú y de vivir la menstruación en positivo.

9. Cómo crees que puede ayudar en la sociedad el cambio de visión de la menstruación? *

Vivir tu menstruación en positivo y sin tabúes sin duda puede mejorar tu salud, tu autoestima y en general permitirte reconciliarte con tu ciclo menstrual y con tu cuerpo.

10. Este espacio está dedicado a aportar alguna cosa que quieras compartir. También puedes sugerir alguna pregunta que crees que le falte a la encuesta. Si te apetece puedes explicar alguna anécdota. *

Está genial la encuesta. Sobre anécdotas, te dejo este vídeo de Paloma sobre EPIC FAILS con la copa menstrual y que hace evidente el gran tabú que existe al respecto de nuestra menstruación: <https://www.youtube.com/watch?v=tRHFIw8T7Lo>