

Youtubers que hablan de menstruación en público.

Rohatsch, Magdalena.

Cita:

Rohatsch, Magdalena (2018). *Youtubers que hablan de menstruación en público*. 5tas Jornadas de Estudios sobre la Infancia, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/5jornadasinfancia/33>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/etvU/gvU>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

EXPERIENCIAS, POLÍTICAS Y DESIGUALDADES

Buenos Aires, 15 al 17 de agosto de 2018



YOUTUBERS QUE HABLAN DE MENSTRUACIÓN EN PÚBLICO: DESAFÍOS AL TABÚ Y APRENDIZAJE ENTRE PARES

Rohatsch, Magdalena (Facultad de Ciencias Sociales – Universidad de Buenos Aires).

Resumen

Las niñas y adolescentes aprenden sobre menstruación desde una gran variedad de fuentes: la familia, la escuela, los manuales, las charlas de las empresas del “cuidado femenino”, y otras mujeres de su entorno. En un contexto de expansión de las redes sociales y los medios colaborativos, las chicas también aprenden de las experiencias de mujeres con quienes se encuentran *online*.

Se realiza un abordaje discursivo de videos de *youtubers* latinoamericanas que tratan asuntos referidos al ciclo menstrual y la gestión del sangrado, con el objetivo de ilustrar cómo se producen e intercambian entre ellas y sus seguidoras saberes de una experiencia – que se exige que sea privada– en un espacio de carácter público.

Entre los principales resultados del análisis se destaca que, en un entorno digital que las chicas aprovechan como espacio de autonomía, aparece el aprendizaje colaborativo: ellas aprenden unas de las otras, se aconsejan y se acompañan en un intercambio entre pares a través de las pantallas. Al mismo tiempo, como si hubieran comprendido que lo personal es político, las chicas ponen en tensión los límites entre lo público y lo privado, de cierta manera desafiando el tabú de ocultamiento que rodea el ciclo menstrual.

Introducción

“Describan los cambios que suceden en el aparato reproductor femenino durante el ciclo menstrual”, propone como actividad el manual de Biología *Biosfera 2* de la editorial SM (Hurrell et. al., 2010). “[La menstruación es] el cambio más importante para una adolescente

y algún día, cuando estés preparada también psicológicamente, vas a poder elegir quedar embarazada, tener un bebé y ser mamá”, asegura una médica en los videos de la denominada “campaña educativa” de *Johnson & Johnson*. “*Clue* utiliza datos científicos para ayudarte a descubrir los patrones únicos en tu ciclo. Te recuerda sobre tu período, PMS y ventana fértil”, dice la descripción de la aplicación para teléfonos celulares de seguimiento del ciclo menstrual. “La ciencia lo confirma: la menstruación se sincroniza entre mejores amigas”, titula una nota *online* la revista para adolescentes *TKM*.

Muchas son las fuentes desde las que surgen discursos sobre el ciclo menstrual y que intersectan la vida de niñas y adolescentes. Se trata, sobre todo, de mensajes creados por adultos y apoyados principalmente en el discurso biomédico (Fingerson, 2006). Es decir que se enfocan en los aspectos biológicos de la menstruación, que reducen el ciclo a los días de sangrado, que hacen especial hincapié en la necesidad de una “efectiva gestión del sangrado” (Tarzibachi, 2017) y que habitualmente no dan lugar a los aspectos emocionales de la experiencia ni a los saberes de las mujeres. Estos dos últimos elementos sí aparecen, por ejemplo, en las ofertas de formación para la menarca (como libros y talleres) que surgen desde la sociedad civil en su cruce con la cultura de la Nueva Era y las espiritualidades femeninas (Felitti & Rohatsch, 2018). En esos discursos, los saberes de las mujeres y el autoconocimiento son considerados herramientas de empoderamiento. Sin embargo, incluso en estos casos, quienes conducen el discurso son las mujeres adultas, presentadas como “guías” o “guardianas” que legan el saber a las más jóvenes y velan por su formación.

En un contexto de discusión sobre la transmisión intergeneracional en una cultura globalizada y mediatizada que erosiona los espacios de intercambio entre jóvenes y adultos/as, Sandra Carli (2006) apuesta a la creación de nuevos puntos de encuentro que surgen del reconocimiento de las diferencias intergeneracionales y de la construcción de una identidad en común. En este sentido, los canales de *YouTube* –tanto desde la producción de los videos como en la sección de comentarios– pueden abordarse analíticamente como una ventana a través de la cual mirar el mundo de niños/as y adolescentes: qué temas les preocupan, qué asuntos los convocan, de qué hablan y en qué términos lo hacen (Tomaz, 2016). Al mismo tiempo, y atendiendo a las complejas discusiones acerca de los límites entre lo público y lo privado en *YouTube*, aquí utilizamos la caracterización de Patricia Lange (2008), quien considera como públicos aquellos canales que: habilitan información sobre la

identidad del/la *youtuber*, publican contenido relevante para un público amplio, y utilizan las herramientas que ofrece la plataforma para amplificar la difusión del material publicado.

A partir de estas consideraciones proponemos un abordaje discursivo de videos de *youtubers* latinoamericanas que desde sus canales tratan distintos asuntos referidos al ciclo menstrual y la gestión del sangrado, con el objetivo de ilustrar cómo se producen e intercambian entre ellas y sus seguidoras saberes de una experiencia –que se exige que sea privada– en un espacio de carácter público en el que los/as adultos/as no intervienen de manera directa.

Entre lo público y lo privado: diálogos *online* y construcción de saberes

Con la aparición de la web 2.0 los usuarios se convirtieron en productores y gestores de contenidos de la “cultura participativa” (Jenkins, Ito & boyd, 2016), lo que habilitó una nueva puesta en escena de la intimidad (Sibilia, 2008): otros modos y posibilidades de mostrarse al mundo. Para los/as jóvenes y adolescentes –que es el caso que aquí nos interesa– las redes sociales y los medios participativos ofrecen un espacio de autonomía y creatividad donde pueden “expresarse con su propia voz y representar sus experiencias con sus propias palabras” (Morduchowicz, 2012:11). Es decir que la web 2.0, como espacio que facilita la expresión de ideas y opiniones, se convierte también en una vía para que adolescentes y jóvenes se presenten como actores sociales con cierto grado de independencia de los/as adultos/as y en interrelación con los/as pares. Allí, la distancia con el/la otro/a, la cancelación del encuentro cara a cara y la conversación diferida facilitan la comunicación y el intercambio sobre asuntos que tal vez sean más difíciles de abordar fuera del espacio virtual¹.

En el caso específico de *YouTube* ocupan un lugar de relevancia los/as adolescentes y jóvenes que producen contenido y que, incluso, pueden convertirse en celebridades en función de la cantidad de “seguidores/as” que consigan para sus canales. Desde ese lugar generan identificación con su público, principalmente a partir de compartir experiencias personales comunes (Duek y Páez, 2016), pero también en función de las posibilidades que

¹ Esta autonomía, sin embargo, no debe ser interpretada en términos de absoluta libertad ni total resistencia. Como toda creación, las conversaciones que se producen *online* también dependen de sus condiciones de producción (Morduchowicz, 2012). En muchos de los videos que analizamos se reproducen discursos hegemónicos sobre la menstruación (e incluso determinados estereotipos y mandatos). Sin embargo, lo que aquí nos interesa es mirar más allá de aquello que se repite para concentrarnos en lo que tienen de original, de propio, de desafiante.

brinda la plataforma: personalización de la página, aviso de actualización de contenido e interacción con el público. Este último punto es una de las características más destacadas de *YouTube* en tanto medio participativo (Carreira, 2016). Allí, el contenido se produce como una conversación en la que el público participa activamente, no sólo celebrando o criticando aquello que se publica, sino también solicitando determinados contenidos, sugiriendo ideas, contando experiencias personales y realizando preguntas al/la protagonista del canal. Incluso, muchos/as *youtubers* tienen una sección en la que se dedican periódicamente a responder preguntas de su público sobre los más variados temas: desde asuntos técnicos (“¿qué micrófono usaste en este video?”) hasta cuestiones personales (“¿qué es lo primero que hacés a la mañana cuando te levantás?”). Este tipo de interacción –donde la estrella le habla a sus seguidores de manera individualizada– genera una relación distinta a la que permite el *star system*, donde las celebridades son siempre inalcanzables. Aquí, por el contrario, los/as *youtubers* generan la fantasía de ser adolescentes “comunes”, con vidas “comunes”, pero con una mayor exposición pública de su vida privada (Duek, 2015). En este marco, muchas veces los/as *youtubers* se convierten en fuente de información a la que los/as adolescentes recurren porque confían en ella y la saben accesible: son amigos/as de confianza, un par con quien se dialoga.

En el caso de las *youtubers* que hicieron algún video sobre la menstruación, además de hablar de sus propias experiencias, ellas también recomiendan productos –desde su lugar de usuarias–, intercambian *tips* para quitar manchas de sangre de la ropa interior, muestran ejercicios y opciones de alimentos saludables para aliviar dolores y proponen opciones de vestuario para estar cómodas y glamorosas “en esos días”. Muchas de ellas, además, invitan a su público (varones y mujeres) a dejar preguntas en la sección de comentarios o sugerencias de temas a tratar y se ofrecen a investigar sobre eso y luego compartir la información. En este sentido, los videos aquí analizados se configuran también como espacios donde surgen conocimientos y saberes construidos de manera colaborativa (Crook, 1998). De la interacción entre pares, a partir de la reflexión sobre las propias opiniones y en función de los conocimientos de los/as otros/as, se activan allí nuevos procesos de pensamiento y creación conjunta. Por ejemplo, la *youtuber* colombiana Sophie Giraldo² dice

² Nació en 2005 y sube videos a *YouTube* desde 2014. Hoy su canal cuenta con más de dos millones y medio de suscriptoras/es. El video que comentamos aquí se titula “Diez tips para el período. Edición teens”: <https://www.youtube.com/watch?v=cRI2ik4fny8> (Último acceso: abril de 2018).

que el video sobre la menstruación “es uno de los más pedidos en el canal” y que decidió hacerlo especialmente para aquellas niñas que, al igual que ella, “apenas están empezando en esto”. Dice que los *tips* que comparte los tomó “de [su] mamá y de lo que [ella misma ha] experimentado” e invita a las chicas a que compartan estrategias y trucos con el objetivo de “ayudar[se] entre todas”. En la sección de comentarios aparecen decenas de consejos que las chicas intercambian pero que también discuten o corrigen en función de sus propias trayectorias o de información que han recabado en otros espacios. En conjunto, aparecen allí saberes de una experiencia “íntima” que se van construyendo a partir de la conversación con las pares en un espacio público.

En su trabajo con videos producidos y publicados por mujeres, Lange (2007) analiza la exposición pública de la intimidad. En esta lectura, tal exposición –de experiencias personales, reflexiones, inquietudes– es entendida, más allá de la vulnerabilidad que conlleva, como una posibilidad para “promover discursos públicos sobre temas incómodos, desagradables o difíciles” que otros medios no tratan (Lange, 2007:5). En los videos que aquí analizamos, por ejemplo, muchas veces los discursos menstruales de las chicas incluyen información que no aparece en los discursos hegemónicos (es decir, aquellos producidos por la medicina, la escuela, las empresas fabricantes de productos menstruales). Ellas hablan de sus propias experiencias (aun de aquellas que califican como “bochornosas”), intercambian consejos para calmar dolores menstruales, trucos para quitar la mancha de sangre (cuya representación se muestra en cámara), ejemplos para fabricar una compresa de emergencia e incluso discuten sobre la posibilidad de mantener relaciones sexuales durante el sangrado. Para Michele Polak (2006), en las conversaciones que mantienen en Internet, las chicas desafían el mandato de ocultamiento y discreción y proponen nuevas maneras de hablar del ciclo menstrual. Desde su punto de vista, en esos espacios las jóvenes y adolescentes crean una nueva “narrativa menstrual”.

Youtubers que hablan de menstruación

En uno de sus videos, Mariale³ dice que “aunque yo comparto con ustedes muchísimo sobre

³ *Youtuber* venezolana. En su canal, que cuenta con 7.9 millones de seguidoras/es, se combinan reflexiones sobre la vida cotidiana y la feminidad con consejos para ajustarse a la feminidad normativa. Habla también de eventos personales (mudanza, boda arruinada) y de situaciones graciosas de la vida cotidiana (fantasía versus realidad con los exámenes, la primera cita, las redes sociales, etc.). El video al que hacemos referencia se titula “El colegio: mi peor momento más asqueroso” y fue visto más de 2 millones de veces. <https://www.youtube.com/watch?v=8K6AJMNY6zM> (Último acceso: marzo de 2018).

mi vida, casi todo, hay cosas que nunca he hablado. Hoy voy a hablar de una de ellas". A continuación cuenta que, cuando era chica, su mamá le había recomendado no cambiar tan seguido la toallita y que una vez, en quinto grado, se le manchó con sangre el uniforme porque fue a la escuela con la misma compresa que había usado durante la noche. En los quince minutos que dura el video, la *youtuber* cuenta en detalle cómo fue aquella experiencia que califica de "humillante". De hecho, dice que al día de hoy se siente responsable por lo sucedido: "yo sé que fue culpa mía, por ser una maldita asquerosa (...) la persona más sucia del universo, que le estaba haciendo caso a su mamá". Al final del video dice que nunca le había contado esto a nadie, pero que compartirlo le hizo bien: "ahora que se los conté a ustedes (...) no sé qué clase de terapia es la cámara para mí pero es como que... uff, ya lo saqué al mundo". Les pregunta a las chicas si les ha pasado algo similar y las invita a contarlo, cosa que varias de ellas hacen en la sección de comentarios.

Lo interesante de este video es que, aunque Mariale no cuestiona que manchar la ropa deba ser humillante, y aunque lo califique como un comportamiento irresponsable y de persona sucia, sí cuestiona el consejo que le había dado su mamá. Con el paso de los años y mirando su propia experiencia Mariale juzga como equivocado aquello que le habían enseñado y se lo dice a sus "seguidoras". Pero además, al final Mariale admite que aunque le da vergüenza lo que le pasó aquella vez, siente alivio de haberlo compartido. A partir de esto, muchas otras chicas se animan a contar experiencias similares y tanto Mariale como sus "seguidoras" reciben mensajes de apoyo: "a mí también me pasó y encima soy más grande", "te entiendo", "tranquila, no es tu culpa", "no me burlo, a cualquiera le puede pasar eso o [algo] peor". En estos intercambios, tanto las *youtubers* como sus "seguidoras" crean una comunidad de apoyo en la que, finalmente, manchar la ropa es algo común, que le puede suceder a cualquier chica. Se trata de una experiencia que, aunque incómoda, es recurrente y, por lo tanto, despierta sentimientos de solidaridad. Mientras Mariale afirma que manchar la ropa fue "por su culpa", "por asquerosa", las chicas que comentan el video lo refutan: le puede pasar a cualquiera de nosotras. De esta manera, en esa comunidad de apoyo que se genera a partir del intercambio de experiencias, las chicas encuentran un espacio donde sentirse acompañadas y donde cuestionar determinadas ideas establecidas respecto al ciclo menstrual (Polak, 2006).

De la misma manera, hay otros videos –que explican cómo quitar la mancha de la ropa interior o que representan situaciones en que las chicas manchan la ropa– en los que de

hecho se ponen en escena prendas con “sangre”. Esto, de alguna manera, habilita la exposición pública del flujo menstrual. En este sentido podríamos pensar que si en la vida *offline* manchar visiblemente la ropa es motivo de vergüenza, en el espacio virtual –entre pares, durante una conversación– esa mancha no sólo se hace visible sino que además se toma con naturalidad. Una vez más, las chicas reescriben la narrativa menstrual y reafirman públicamente que “a todas nos puede pasar”.

Por otro lado, en muchos de estos videos las *youtubers* explican y muestran a cámara cuáles son los distintos productos disponibles en el mercado para gestionar el sangrado. De hecho, exhiben y recomiendan los productos que ellas mismas usan porque es allí donde reside el valor del consejo: en la experiencia como usuarias. Por ejemplo, Yarissa⁴ presenta la toalla nocturna y dice que la ama porque de noche puede descansar mejor, sin miedo a manchar la cama. Miku⁵, por su parte, cuenta que usa toallas regulares durante los primeros días del sangrado y luego, cuando ya casi no tiene pérdidas, prefiere usar protectores diarios que le resultan más cómodos porque son pequeñitos y pueden cambiarse con menos frecuencia. Esta experiencia personal que Miku comparte contrasta con la recomendación de las empresas *Johnson & Johnson* y *Nosotras* –fabricantes de productos menstruales industriales– que insisten en la necesidad de usar toallitas la mayor cantidad de días posibles. En sus páginas web recomiendan empezar a usarlas desde los días previos al sangrado (por si se adelanta) y continuar usándola algunos días después de su finalización (por si se produce alguna pérdida).

En ese video, Miku también cuenta que, cuando tuvo la menarca a los diez años, no tenía suficiente información sobre el tema, por lo que la experiencia le resultó angustiante. En función de esto y porque “tal vez te dé pena hablarlo con alguien más” es que decidió hacer un video sobre la menstruación. Como otras *youtubers* –y al contrario de los discursos hegemónicos–, Miku insiste en que la experiencia menstrual es diferente para cada mujer, tanto en lo que respecta a la edad de la menarca, como en lo que hace a la regularidad, la duración, los síntomas, la cantidad y el color del flujo, etc. De todas estas *youtubers*, ella es

⁴ Yarissa es dominicana y en el video “¿Qué usar durante la menstruación?” hace un repaso de los distintos productos menstruales disponibles: los muestra a cámara, explica cómo usarlos y define sus atributos. También hace recomendaciones a partir de su experiencia personal: <https://www.youtube.com/watch?v=VtixFflkWx4> (Último acceso: 14 de junio de 2017).

⁵ Miku es mexicana, tiene 23 años y el video al que hacemos referencia se titula “Mi experiencia con la menstruación y sexualidad”: <https://www.youtube.com/watch?v=yJat0mMhr94> (Último acceso: junio de 2017). En su canal publica videos sobre maquillaje, ropa, primera cita, cómo besar y situaciones incómodas en público.

la única que relaciona la menstruación con el inicio de la edad fértil –argumento recurrente en el discurso médico y que para las chicas, aparentemente, ocupa un lugar secundario–. A este respecto, Miku les dice a sus seguidoras que, si así lo desean, ella puede investigar sobre métodos anticonceptivos y luego hacer un video para contarles lo que pudo averiguar. Aunque Miku funciona como una fuente de información, no se presenta como voz de autoridad. Por el contrario, ofrece informarse ella misma primero y luego compartir el saber con sus “seguidores/as”, en función de los pedidos le dejen en el canal.

Otras *youtubers* hacen videos sobre el ciclo menstrual en los que dicen hablarles a los varones, pero no para explicarles cómo funciona, sino para contarles cómo es la experiencia de menstruar. Caeli⁶, por ejemplo, les cuenta por qué algunas mujeres se irritan en determinados momentos del ciclo; cómo manejan las molestias y dolores; cuáles son las actitudes deseables en ellos frente a estas situaciones; y cómo las chicas cambian el tipo de ropa que usan durante los días de sangrado. Cuando las *youtubers* les hablan a los varones lo hacen con la intención de que ellos puedan conocer cómo es la experiencia y, en función de eso, puedan acompañar activamente a las chicas: no sólo les piden que no se burlen de ellas sino que colaboren con su comodidad.

En el video “Cuando nos viene”, Mica Suárez⁷ actúa una serie de comportamientos y sentimientos “que tenemos las mujeres” cuando menstruamos, aunque aclara “obviamente no somos todas iguales ni nos comportamos de la misma manera”. Si bien en el video se representan situaciones estereotipadas (estar histérica, pasar del llanto a la risa, enojarse por todo) también aparecen respuestas “resistentes” frente a determinadas actitudes de los varones. Por ejemplo, cuando el docente no entiende las indirectas de la alumna y no la deja salir de clase para ir al baño, ella le contesta “mirá hijo de puta, me sangra la concha, me chorrea el bife, ¿cómo querés que te lo diga?, necesito ir al baño a cambiarme la maldita toallita, ¿tanto te cuesta entenderlo?”. En otra situación, la chica acusa a su novio de ser un pelotudo. El novio la disculpa porque sabe que está indispuesta y ella le contesta que “no

⁶ El video titulado “Estoy en mis días (disculpe las molestias que esto le ocasiona)” cuenta con más de un millón y medio de visitas: <https://www.youtube.com/watch?v=o0-HoSpT1q0> (Último acceso: junio de 2017). Caeli nació en México en 1994 y su canal de *YouTube* tiene más de trece millones de suscriptores/as. En sus videos aborda temas como el amor y las relaciones (separaciones, reencuentros, engaños); el sexo (la primera vez, tipos de caricias con su pareja, cómo besar); consejos de belleza (depilación, ropa sexy, cómo seducir al chico que te gusta) y retos varios a cumplir en el espacio público.

⁷ Nació en Buenos Aires en 1996. Administra su canal desde hace ocho años y actualmente tiene 2.3 millones de suscriptores/as. El video “Cuando nos viene” tiene más de dos millones de reproducciones: <https://www.youtube.com/watch?v=ufC2S86InmE> (Último acceso: julio de 2018).

hace falta estar indispuesta para darse cuenta de que sos un pelotudo”. En este caso, si bien Mica no les habla directamente a los varones, sí pone en escena situaciones que los involucran a ellos y que a las chicas les resultan violentas. El guiño se produce cuando Mica, en el video, responde de la manera que muchas quisieran contestar en situaciones reales y no pueden.

Yuya⁸, por su parte, explica que con sus videos intenta combatir el tabú menstrual, hablándolo en público e insistiendo en que no debería ser un tema incómodo de abordar. En uno de los videos relata su experiencia con la copa menstrual⁹, que muestra en cámara. Una vez más, no muestra *una* copa, muestra *su* copa y se encarga de aclararlo. Cuenta que, antes de empezar a usarla, miró en Internet “800 mil videos” donde se explicaba cómo funcionaba el producto. Es decir: ella también aprende de otras *youtubers*, de otras mujeres con las que se encuentra a través de las pantallas. Ahora que ella también tiene una experiencia personal con el producto, aconseja su uso y lo describe como “una joya” que le “cambió la vida”. Yuya aclara que no usa necesariamente la copa reutilizable para cuidar el medio ambiente, restándole importancia a uno de los argumentos de venta de las marcas fabricantes. Dice que a veces sigue usando productos industriales y que prefiere la copa porque es más saludable, porque la encuentra más cómoda que un tampón, porque la puede usar de noche, y sólo tiene que vaciarla cada doce horas. Y señala una complicación evidente que las empresas fabricantes eluden: pasadas esas doce horas, necesita estar en un baño privado para poder vaciar y enjuagar la copa antes de volver a colocarla. Tal operación es difícil de hacer en baños públicos donde muchas veces ni siquiera están garantizadas las condiciones mínimas de higiene (Thiébaud, 2017). Al final del video invita a otras chicas a contar sus experiencias con la copa y también a enviar dudas, que ella intentará responder desde su lugar de usuaria.

Luego de ese primer video, Yuya publicó otro¹⁰ donde insiste en que la menstruación es algo “super natural”, que casi todas las mujeres experimentamos todos los meses y que deberíamos poder hablarlo sin prejuicios ni incomodidades, incluyendo a los varones. La

⁸ En su canal Yuya tiene más de 20 millones de suscriptores/as. Publica nuevos videos dos veces por semana, en los que ofrece *tips* de belleza, cuenta asuntos de tus vida personal (mudanza, relaciones, trabajo, etc.) y situaciones graciosas de la vida cotidiana. El video “¡Mi experiencia con la copa menstrual!” tiene más de siete millones de visitas: <https://www.youtube.com/watch?v=hdn0BlnU5Rk> (Último acceso: junio de 2017).

⁹ Recipiente de silicona reutilizable con forma de copa que se inserta en la vagina durante el sangrado menstrual para contener la sangre.

¹⁰ “Hablando de cosas íntimas que nos pasan a las mujeres”: <https://www.youtube.com/watch?v=ZbSMtptDfps> (Último acceso: junio de 2017).

menstruación, dice, “es parte de la vida”. Luego, dedica el resto del video a contestar preguntas que le enviaron sus “seguidoras/es”. Es el caso de Sofie, una chica de once años que está menstruando por primera vez y le pide consejos. Yuya le asegura que menstruar es “lo más normal del mundo” y le cuenta cómo fue su propia experiencia con la menarca. Y aclara “no sé por qué, pero es un *chip* que nos meten con ese rollo [de que la menstruación es terrible]”. Otra consulta es de David, que le escribe desde Perú para preguntarle cómo debería comportarse él cuando está con una chica que está menstruando (qué cosas debería hacer y qué cosas no). Yuya comienza diciéndole que debe tener en cuenta que la menstruación puede ser incómoda: “imagínate lo que es que te salga sangre por ahí [la vagina]”. Luego le explica que, si bien no todas las mujeres lo viven de la misma manera, muchas veces, durante los días de sangrado pueden estar más sensibles. Entonces le pide que tenga “solamente un poquito, no es mucho” de paciencia y le dé a la chica “muchos apapachos”. Yuya le agradece a David por su preocupación e interés. En estos videos, entonces, Yuya se convierte en una fuente de información en función de su propia experiencia. Del otro lado, los chicos y chicas que miran sus videos la consideran una fuente confiable y se sienten lo suficientemente cómodos/as y seguros/as con ella como para enviarles consultas personales.

Comentarios finales

Si en los discursos hegemónicos sobre la menstruación –es decir, aquellos que surgen de la medicina, los manuales escolares y los materiales pedagógicos de las empresas del “cuidado femenino”– el foco está puesto en los aspectos biológicos del ciclo menstrual y en la transmisión de saberes de los/as adultos/as a las jóvenes, algo distinto sucede cuando las chicas toman la posta discursiva.

Del análisis de algunos videos de *youtubers* latinoamericanas que hablan del ciclo menstrual podemos señalar la ocurrencia de dos desplazamientos. En primer lugar, la transmisión de conocimiento ya no se produce exclusivamente de manera vertical desde el mundo adulto sino que aparecen otros saberes que se construyen y comparten entre pares, de manera colaborativa. Las chicas aprenden unas de las otras a partir de la conversación. El entorno digital se convierte, así, en un espacio que las chicas aprovechan para ganar autonomía y “hablar por sí mismas”. En segundo término, y en relación con lo anterior, en estos espacios virtuales públicos se diluye también toda aquella información menstrual de

carácter científico, que es relegada a un segundo plano, cuando no directamente desplazada. En cambio, el foco está puesto en los aspectos cotidianos de la experiencia menstrual. Como resultado, en los discursos menstruales producidos por las chicas aparecen elementos novedosos, que no son considerados en lo que denominamos “discursos hegemónicos”, cuyos términos muchas veces son discutidos. En términos de Polak (2006), en el diálogo *online*, las chicas reescriben la narrativa menstrual.

Por otro lado, consideramos que en estos videos las chicas tensionan los límites entre lo público y lo privado no solamente al exponer sus propias experiencias sino también al discutir temas considerados tabú. Si bien muchas veces aparece una concepción negativa de la menstruación, los videos también se publican con la intención de combatir el estigma menstrual, de habilitar el espacio para hablar públicamente del tema y de así comenzar a convertirlo en algo “natural” (en tanto que común, cotidiano, exento de rareza). Casi como una proclama, como si hubiesen interiorizado aquella consigna feminista de que “lo personal es político” (Hanisch, 1970) las *youtubers* se exponen en los videos: no sólo se paran frente a cámara sino que además muestran sus productos y relatan sucesos personales. Desde ese lugar invitan a otras chicas a compartir sus experiencias, generando así una comunidad de apoyo y de “solidaridad menstrual” (Fahs, 2016). De esta manera, la discusión sobre el ciclo menstrual en los medios participativos, tal como lo entiende Lange (2007), abre la posibilidad de tratar asuntos que no son atendidos en otros espacios: opciones caseras y/o naturales para gestionar el sangrado y aliviar molestias, la posibilidad de mantener relaciones sexuales durante el sangrado, respuestas “resistentes” a comportamientos negativos de los varones, entre otras.

Finalmente, muchas *youtubers* se dirigen a los varones en sus videos sobre el ciclo: entienden que si se les explica qué se siente, cómo se gestiona y por qué es incómodo, entonces ellos podrán ser más comprensivos y acompañarlas en esta experiencia. Además, como afirma Yuya, la inclusión de los varones en la educación sobre este tema es necesaria porque la menstruación “es parte de la vida”. En este sentido, enseñar a los varones sobre el ciclo podría ayudar a combatir el estigma menstrual.

Referencias bibliográficas

- Carli, Sandra, *Los dilemas de la transmisión en el marco de la alteración de las diferencias intergeneracionales*, Buenos Aires, FLACSO, 2006.
- Carreira, Krishma, "O Youtube como Mídia Participativa: o Potencial dos Youtubers que não têm Medo de Conversar", en Porto Renó, Denis; Américo, Marcos; Magnoni, Antonio Francisco e Irigaray, Fernando (organizadores), *O Audiovisual Contemporâneo: Mercado, Educação e Novas Telas*, Rosario, 2016, pp. 691-705.
- Crook, Charles, *Ordenadores y aprendizaje colaborativo*, Madrid, Morata, 1998.
- Duek, Carolina, "¿Todos podemos ser Rubius?", *Anfibia*, Universidad Nacional de San Martín, 2015.
- Duek, Carolina y Pérez, Natalia, "Germán, un manual de autoayuda contemporáneo", *Anfibia*, Universidad Nacional de San Martín, 2016.
- Fahs, Breanne, *Out for Blood. Essays on Menstruation and Resistance*, Albany, State University of New York, 2016.
- Felitti, Karina y Rohatsch, Magdalena, "Pedagogías de la menarquía: espiritualidad, género y poder", *Sociedad y Religión*, Vol. 28, N° 50, 2018, pp. 135-160.
- Fingerson Laura, *Girls in Power: gender, body and menstruation in adolescence*, Albany, Sate University of New York, 2006.
- Hanisch, Carol, "The Personal Is Political", en Firestone, Shulamith y Koedt, Anne (editoras), *Notes From The Second Year: Women's Liberation. Major Writings of the Radical Feminists*, New York, 1970, pp. 76-77.
- Jenkins, Henry; Ito, Mizuko y boyd, danah, *Participatory Culture in a Networked Era*, Malden, Polity Press, 2016.
- Lange, Patricia, "The Vulnerable Video Blogger: Promoting Social Change through Intimacy", *The Scholar & Feminist Online*, Vol. 5, N° 2, 2007, pp. 1-6.
- Lange, Patricia, "Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, Tema 1, 2008, pp. 361-380.
- Morduchowicz, Roxana, *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2012.
- Polak, Michele, "From The Curse To The Rag: Online gURLS Rewrite The Menstruation Narrative", en Jiwamani, Yasmin; Steenberg, Candis y Mitchell, Claudia (editoras), *Girlhood. Redefining The Limits*, Montreal, Black Rose Books, 2006, pp. 191-207.
- Sibilia, Paula, *La intimidación como espectáculo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2008.
- Tarzibachi, Eugenia, *Cosas de mujeres. Menstruación, género y poder*, Buenos Aires, Sudamericana, 2017.
- Thiébaud, Élise, *Mi sangre. Pequeñas historias de las reglas, de aquellas que las tienen y de aquellos que las hacen*, Buenos Aires, Hekht, 2017.

Tomaz, Renata, "As redes sociais digitais como campo de pesquisa da infância e o caso das youtubers", *Pesquisa TIC kids online Brasil*, 2016, pp. 47-52.

Otras fuentes

Hurrell, J. et.al. (2010): *Biosfera 2*. Biología. Buenos Aires: SM.

Revista TKM: www.mundotkm.com

Clue: <https://helloclue.com/es/index.html>

Nosotras: <https://www.nosotrasonline.com.co/Argentina/>

Johnson & Johnson: <https://www.jnjarg.com/johnson-johnson/nuestro-compromiso/campana-educativa>