



Evento	Salão UFRGS 2022: SIC - XXXIV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2022
Local	Campus Centro - UFRGS
Título	Educação menstrual no Instagram: uma análise de quatro marcas de protetores menstruais
Autor	FERNANDA MAYRHOFER BOLSONI
Orientador	FABIOLA ROHDEN

O presente estudo está inserido no projeto “Novas formas de circulação de conhecimento e de acesso a tecnologias biomédicas: cenários contemporâneos para transformações corporais e subjetivas”, coordenado por Fabíola Rohden. Este visa tratar das percepções e dos usos de recursos biomédicos entendidos como inovadores e refletir sobre suas consequências em termos da expansão das transformações corporais e subjetivas, em contextos em que há ênfase na procura pelo aprimoramento de si, principalmente no que se refere à performance física e aos contornos corporais. Neste cenário, pretende-se compreender se e como é articulada e desenvolvida a educação menstrual dentro de perfis de marcas de protetores menstruais ecológicos que têm sua principal divulgação e venda através do *Instagram*. Na pesquisa considera-se significativas as informações sobre ciclos menstruais e de saúde que estão disponíveis, a forma de educar a usuária sobre essas informações, o público que tem acesso a essas informações, e a inovação de produtos para o cuidado menstrual e de saúde. Em novembro de 2021 foi feita uma busca exploratória nas redes sociais *Facebook* e *Instagram* por termos como “coletor menstrual”, “calcinha menstrual”, “absorvente de pano”, e optou-se por permanecer acompanhando cinco perfis do *Instagram*, que posteriormente foram reduzidos para quatro perfis devido ao número elevado de publicações para acompanhar: *Herself*, *Inciclo*, *Korui* e *Pantys*. A partir da análise do conteúdo dos perfis selecionados, foi possível identificar uma sequência de temas recorrentes em todos, como saúde íntima, empoderamento, autoconhecimento, diversidade, inovação, autonomia, acesso à educação menstrual, além do próprio conhecimento sobre os produtos para atingir todos esses pilares. A divulgação de conteúdo dentro dos perfis não se trata simplesmente da venda de dispositivos, mas de um projeto educativo, vinculado ao consumo, que tem por objetivo o ensino do funcionamento do ciclo menstrual para empoderar as pessoas que menstruam.