

# opción

Revista de Antropología, Ciencias de la Comunicación y de la Información, Filosofía,  
Lingüística y Semiótica, Problemas del Desarrollo, la Ciencia y la Tecnología

Año 32, diciembre 2016, N° Especial

# 12

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

ISSN 1012-1537 / ISSN-e: 2477-9385

Depósito Legal pp 198402ZU45



Universidad del Zulia  
Facultad Experimental de Ciencias  
Departamento de Ciencias Humanas  
Maracaibo - Venezuela

Opción, Año 32, Especial No.12 (2016): 808-900  
ISSN 1012-1587 / ISSNe: 2477-9385

# Tecnologías que fomentan el reconocimiento pleno de la sexualidad femenina

*Fernanda Tusa Jumbo, Tomás Fontaines-Ruiz y*

*Xavier Briceño Castillo*

*Universidad Técnica de Machala*

[ftusa@utmachala.edu.ec](mailto:ftusa@utmachala.edu.ec)

[tfontaines@utmachala.edu.ec](mailto:tfontaines@utmachala.edu.ec)

[xaviergeovanny.ps@gmail.com](mailto:xaviergeovanny.ps@gmail.com)

## Resumen

Este trabajo es un estudio de caso del proyecto Menstrupedia, una propuesta interactiva realizada por emprendedores hindúes, quienes proveen información sobre la pubertad y la menstruación en un formato fácilmente comprensible. Como metodología se aplica el análisis de contenido del primero capítulo del cómic Menstrupedia y con ello se determinan las siguientes variables: valores humanos y valores de género. Como conclusión se infiere que Menstrupedia constituye una plataforma digital que combina tecnologías, educación y comunicación logrando así ser un importante aporte a la visibilidad de la mujer, sus derechos y deberes, posicionándose como un recurso transformador de la educación 2.0.

**Palabras clave:** Menstrupedia; TICs; educación; valores; igualdad de género.

## Technologies that develops the full recognition of female sexuality

### Abstract

This work is a case study about Menstrupedia project, an interactive proposal made by Hindu entrepreneurs, who provide information in reference to puberty and menstruation in an easily understandable format. The methodology applied was the content analysis of the first chapter of the comic book Menstrupedia and the variables determined were: human values and gender values. As a conclusion, this article infers that Menstrupedia constitutes a digital platform which combines technologies, education and communication, making it an important contribution to the visibility of women, their rights and duties, positioning themselves as a transformative resource for education 2.0.

**Keywords:** Menstrupedia; ICT; education; values; gender equality.

### INTRODUCCIÓN

Contextualizando el tema-objetivo de estudio y en un recorrido bibliográfico por diferentes autores que abordan el tópico de la sociedad de la información y el conocimiento, nos encontramos con Alejandro Piscitelli (2002) y su libro *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes*, donde el autor señala, entre otras cosas, que en la sociedad actual el hipertexto emerge como pre-texto y punto de partida para el establecimiento de genealogías del sentido. Esta afirmación revela que la irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación es el inicio de una especie de revelación social. No en vano se dice que la sociedad en red y la comunidad digital han permitido al ser humano activar y potenciar la ciencia y el conocimiento a través de la mediación de la máquina.

Como antecedente de este tópico podemos mencionar a Drucker (1994) quien fue el primero que introdujo el concepto de sociedad del conocimiento, entendiéndolo como una revolución de la información

que implicaba al mismo tiempo una revolución del conocimiento. Para este autor, la clave no era la electrónica sino la ciencia cognitiva. Aquí, la sociedad del conocimiento trabaja en alta convergencia con la tecnología en miras a lograr una verdadera transformación cultural y educativa. Desde la postura de Bell (1973; 2001) actualmente asistimos a una sociedad cuya economía está basada en la producción de servicios por parte de profesionales técnicamente cualificados, donde el conocimiento se ha convertido en la fuente principal de innovación y el punto de partida de los programas políticos y sociales de nuestros estados. Esto quiere decir que gracias a las tecnologías de la comunicación se está planteando una nueva agenda política que pone de relieve las necesidades y problemáticas de los agentes sociales. Por su parte, Castells (1996) se refiere a sociedad red como un concepto situado entre la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento, donde la transformación actual del mundo en que vivimos es indicio de un cambio del modo de producción social, dada la creciente importancia de la información o del conocimiento para los procesos socio-económicos. A manera de complemento, Crovi (2002) nos habla de la presencia de un fenómeno educativo globalizado que rompe las barreras espacio-temporales y se plantea como un proceso que dura toda la vida. Incluso, dicho fenómeno permite que hablemos de un nuevo momento en la historia de la enseñanza-aprendizaje.

Algunas características del nuevo momento histórico que vive la sociedad contemporánea son:

- Transformación radical de la estructura económica. Hoy tenemos un sistema productivo basado en el conocimiento y cuyos factores dominantes son de tipo creativo, cognitivo e informativo.
- Cientificación de áreas esenciales de la sociedad.
- Tendencias hacia la constitución de la ciencia como fuerza productiva directa de la sociedad.
- Constitución de un sector político donde prima la agenda científica y educativa.
- Protagonismo mediático de actores nuevos y amplias opciones de acción ciudadana.

- Existencia paralela o conjunta de diferentes formas de organización social. Se trata de una especie de *glocalización* que busca pensamientos locales con actuaciones globales.

Sin embargo, tal y como declara Castells (1996), ni la tecnología determina la sociedad ni la sociedad dictamina el curso del cambio tecnológico. Por lo tanto, es necesario investigar cómo las personas se empoderan de las tecnologías para producir transformaciones reales en sus entornos de vida. En consecuencia, la tecnología es una construcción social en cuyo desarrollo intervienen múltiples actores, diferentes intereses y en particular, la idiosincrasia del conocimiento y su relevancia para los procesos socio-económicos. En este sentido tomamos como objeto de estudio la propuesta tecnológica *Menstrupedia*, un cómic que busca visibilizar la sexualidad femenina sin tabúes, prejuicios, ni estigmas de género. Con *Menstrupedia* realizamos un estudio de caso para analizar cómo las tecnologías promueven causas sociales que desmitifican mitos y creencias irracionales en torno a la naturaleza biológica femenina, logrando así un respeto hacia los valores de la mujer y su reconocimiento como ser humano con derechos y deberes inalienables.

## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de naturaleza eminentemente cualitativa (Ruiz-Olabuénaga, 1989; Ibáñez, 1990). La opción por una metodología cualitativa no es arbitraria o fruto de una preferencia casual. Todo lo contrario, las ciencias de la comunicación se ven siempre implicadas en procesos de comprensión e intervención de realidades que afectan a las personas o colectivos, por lo que están obligadas a conocer exhaustivamente el contexto en el que actúan, en este caso hablamos de los entornos digitales y el ciberespacio. Esta propuesta metodológica cualitativa da cuenta de las exigencias que se desprenden del corpus de datos y el corpus bibliográfico. La apuesta por el método cualitativo respeta, en ese sentido, los retos que plantea la investigación científica en el ámbito de la comunicación. Por lo tanto, esta perspectiva es coherente con los principios y valores asumidos en una posición crítica y reflexiva del investigador en torno al objeto de estudio. El trabajo cualitativo consiste en dos acciones: inscribir (descripción densa) y especificar (diagnóstico de situación). Es decir, establece el significado que determinados actos sociales

tienen para sus actores, y enuncia lo que este hallazgo muestra de su sociedad y, en general, de toda sociedad. Para acceder al trabajo metodológico se realiza en primer lugar una exploración y revisión bibliográfica por autores referentes en el tema de las tecnologías de la información y el conocimiento. Con el corpus teórico seleccionado transitamos a una metodología eminentemente cualitativa que consiste en la etnografía virtual.

### *Metodología de análisis: Etnografía virtual*

Finalmente para contextualizar el estudio se aplica la metodología de la *etnografía virtual* dentro del material tecnológico de *Menstrupedia*, debido a que la etnografía virtual investiga productos sociales, tecnológicos y simbólicos de la globalización. Además, los nuevos avances en la ciencia y tecnología son vistos aquí como un problema antropológico contemporáneo. En este sentido, disciplinas como la comunicación, antropología y etnografía se han centrado en un tipo particular de reflexión que se focaliza en la tecnología, las sociedades en red, los mundos virtuales y la identidad del ser humano como objeto de estudio, como fenómeno a analizar, como unidad de análisis a interpretar.

Para contextualizar a la etnografía virtual como metodología cualitativa de investigación se recurrió al criterio de autores como Brennen (2013), Delgado (2015), Horst & Miller (2012), Pink (2013), Lacasa, Martínez-Borda, & Méndez (2013), entre otros. Para estos autores, todos aquellos fenómenos que emergen dentro de las comunidades y culturas digitales son foco de interpretación para la etnografía virtual. La investigación etnográfica incluye la comunicación en línea, el internet, las redes sociales, los dispositivos móviles, los cuales son criterios válidos para analizar. En consecuencia, la etnografía virtual se adentra en la intimidad y sociabilidad de los usuarios, en los problemas éticos de los mundos virtuales y finalmente en las identidades mediáticas en proceso de construcción.

La etnografía virtual, como método de investigación, está relacionada con el análisis de nuevas formas culturales en la era de la información y principalmente se vincula al estudio de una sociedad emergente dentro de una red global. Al respecto, autores como

Boellstorff (2008) nos dicen que es necesario construir una antropología del mundo virtual como ejercicio teórico para comprender la era de la información o la edad de la *techne*. Para este autor, “actualmente estamos en un momento histórico y cultural concreto donde la *techne* es parte importante de la cultura ya que produce formas de conocimiento o formas de episteme que condicionan la vida de los seres humanos”. En este punto, la etnografía virtual busca entender esas nuevas formas de conocimiento a través de un estudio minucioso, detallado y pormenorizado de todos aquellos fenómenos sociales y culturales que han devenido de la tecnología contemporánea; en especial, fenómenos que surgen en los espacios que crea y reproduce Internet. En palabras de Boellstorff (2008), el mundo virtual proporciona la oportunidad de explicar muchas formas de interacción social. Por ello, gracias a la etnografía se reconfiguran nuevos conceptos de individualidad y sociabilidad que ayudan a entender nuestra propia cultura. Este es un nuevo tipo de método de investigación pertinente al campo de las tecnologías.

Asimismo, los campos de estudio de la etnografía virtual son el mundo en red, las sociedades, culturas y comunidades transformadas por la tecnología, entre otros tópicos. “Por primera vez, la humanidad tiene no uno, sino muchos mundos en que vivir, esto podría implicar nuevas representaciones y nuevas formas de cultura e identidad en un espacio llamado por los humanos en línea”, explica Boellstorff (2008). Por su parte, autores como Castells (2011) afirman que la edad de la información, comunicación y tecnología ha desarrollado una nueva estructura social, una nueva economía y una nueva identidad y cultura donde requerimos el uso metodológico de la etnografía virtual para comprender dichos fenómenos. El aporte de Meneses y Cardozo (2014) refiere a la etnografía virtual como una metodología que implica un diseño reflexivo sobre las técnicas y aproximaciones conceptuales que demandan los escenarios en la virtualidad. En estos estudios se presentan contextos revestidos por las particularidades de la cibercultura y sus respectivas reelaboraciones metodológicas.

Como metodología de investigación, la etnografía virtual responde a las características complejas de la sociedad de la información. Por lo tanto, en los escenarios digitales, la etnografía se aplica a aquellos colectivos mediados por las tecnologías. Es por ello que se ha propiciado cambios culturales importantes en la vida pública y privada de la sociedad. Al mismo tiempo, presenciamos “cambios en la manera

como se accede, organiza, administra y distribuye el conocimiento y la información, asunto que reta a las ciencias sociales a preguntarse ¿cómo estamos enfrentando la era digital?” (Hine, 2004). En este sentido, la etnografía virtual se propone como una metodología de investigación sobre internet. Se podría decir que gracias a ella reconocemos que no es la tecnología en sí misma la que es agente de cambio, sino que son sus usos y la construcción de sentido alrededor de ella los factores que transforman los significados del mundo actual. Además la etnografía aporta de manera importante a la comprensión en detalle de la investigación en ambientes virtuales, puesto que constituye una potente herramienta para explorar las formas con que se construyen los relatos sobre las realidades, tiempos, espacios e identidades.

El análisis pertinente de la etnografía virtual radica en la capacidad del investigador para participar, como un miembro culturalmente competente y con capacidad interpretativa, sobre los discursos y textos en red. Desde la postura de Meneses y Cardozo (2014), “plantear las posibilidades del método etnográfico virtual, invita a afrontar y resolver la complejidad del entramado relacional que está implicando a sujetos y artefactos electrónicos en forma simultánea”. En síntesis, no se trata de reducir la realidad a una teoría o una construcción metodológica, sino que sea la realidad misma que demande la metodología que necesita. Por ello, la etnografía virtual analiza casos particulares dentro y fuera de la red, vinculados entre sí por complejas relaciones mediadas por artefactos tecnológicos. Es así que la vinculación a la práctica etnográfica optimiza las posibilidades de sistematización y agilidad para el análisis, privilegiando la experticia del investigador y su capacidad analítica. En sí, la etnografía virtual busca comprender el fenómeno *Menstrupedia*, sus actores y el contexto en el que emergieron para así acercarnos a una reflexión final de por qué es importante el empoderamiento de las tics, humanizar las tecnologías y hacer de las herramientas digitales dispositivos de cambio y transformación social.

## RESULTADOS Y DISCUSIONES

En este apartado se presenta el análisis de los datos extraídos del proyecto *Menstrupedia*. En un primer momento se presenta la reconstrucción del fenómeno en cuanto a sus antecedentes, temáticas y

productos generados. En lo posterior, y a partir del análisis etnográfico respectivo, se levantan diferentes matrices con información concerniente al cómic-objeto de estudio. Estas tablas se verán complementadas con figuras e imágenes que dan lugar a la discusión de las mismas.

### *Reconstrucción del proyecto Menstrupedia*

El proyecto *Menstrupedia* nació fruto de una experiencia personal que determinó negativamente la vida de Aditi Gupta, una joven emprendedora hindú fundadora de *Menstrupedia*. En una entrevista para el diario *Forbes India*, Aditi contó que al crecer en un pequeño pueblo llamado Garhwa, tuvo que lidiar en su adolescencia con la vergüenza de comprar toallas sanitarias, para lo cual recurrió al uso de trapos. Junto a su esposo Tuhin Pablo, Aditi desarrolló un cómic en idioma hindú para educar a las niñas sobre la menstruación. En el proceso se dio cuenta que había muy poca información disponible sobre el tema. Para Aditi, el desconocimiento menstrual ha conducido a prácticas poco higiénicas junto a la influencia de los tabúes sociales y la baja autoestima de las niñas. Fue así como implementaron un prototipo experimental del cómic el cual fue puesto a prueba con 400 colegialas, logrando resultados altamente favorables. Entonces pensaron crear un sitio web que llegue a un conjunto mucho mayor de usuarios. El impacto social de *Menstrupedia* tuvo fines de cambio y el objetivo de terminar los mitos y tabúes. En consecuencia, disminuyeron los casos de infección del tracto reproductivo, se redujeron las tasas de abandono escolar y absentismo y finalmente aumentó el uso de toallas sanitarias confeccionadas.

Después de una investigación de un año de duración se lanzó la página web *Menstrupedia.com* como una guía de referencia ilustrada que proporciona información médicamente correcta sobre la menstruación, de una manera fácil de entender. El sitio recibe 70.000 visitantes al mes que pasan un promedio de 5 minutos dentro de la plataforma. En palabras de Kanan Dhru, creador de la *Fundación de la Investigación para la Gobernabilidad de India*, el trabajo de Aditi ha transformado fundamentalmente la forma en que el tabú de un tema es percibido en nuestra sociedad. Es inspirador ver cómo este trabajo está impactando positivamente en las vidas de tantas chicas jóvenes, lo que

muestra un enfoque innovador de la tecnología para divulgar el conocimiento de las causas sociales.

Las tics que promueven el aprendizaje a lo largo de la vida deben basarse en interfaces amigables para el usuario. En este sentido, Anisha Malhotra, investigadora hindú, nos dice que *Menstrupedia* es un perfecto ejemplo de diseño de comunicación eficaz puesto que con la participación de capas de contenido, bellas ilustraciones, marcos orientados a la acción dinámica y el énfasis en las expresiones faciales de los personajes, el lector se conecta de inmediato y participa como un protagonista más de la historia, en lugar de solo desarrollar una lectura pasiva. Aditi ve un enorme mercado sin explotar en *Menstrupedia*. Por ello, esta emprendedora hindú se propone asociarse con diferentes ONG de India así como empresas de toallas higiénicas, para en los próximos tres años aumentar el alcance de su producto a 10 millones de niñas. A futuro, Aditi avizora traducir el cómic a 15 idiomas distintos al hindú e inglés y espera desarrollar kits interactivos para docentes y llevar a cabo talleres de sensibilización eficaces sobre la menstruación. Con un equipo de personas dinámicas y apasionadas con habilidades complementarias en diferentes áreas del conocimiento (diseño gráfico, medicina, periodismo, etc) *Menstrupedia* tiene como finalidad dar contenido informativo y de entretenimiento a través de diferentes medios. En palabras de Aditi, el proyecto se ha posicionado como un pequeño, pero definitivo paso, para romper los mitos y malentendidos en torno a la menstruación.

El libro de cómics se diseñó en un período de 18 meses que inició en marzo de 2013, dirigido a niñas entre 9 y 14 años y se divide en cuatro capítulos:

- El primer capítulo trata temas de nutrición, pubertad y los cambios físicos y emocionales en los niños y niñas durante su crecimiento.
- El segundo capítulo se enfoca en los aspectos biológicos de la menstruación. Explica por qué y cómo se produce la menstruación.
- El tercer capítulo se ocupa del seguimiento del ciclo menstrual y cómo predecir el próximo período. También discute el síndrome premenstrual y la manera de lidiar con él.

- El cuarto capítulo aborda la gestión de la higiene menstrual, cubre las diversas formas de manejar la menstruación y las medidas generales de higiene que necesitan ser tomadas durante esos días.

#### *Abordaje exploratorio del sitio web Menstrupedia.com*

Para conocer la funcionalidad del proyecto *Menstrupedia* realizamos un estudio de observación dentro de su sitio web, mediante la navegación en sus menús principales y desplegando la mayor cantidad de información posible puesta a disposición de los usuarios visitantes.

- *Agente del cambio*: para conseguir mayor posicionamiento y legitimidad del producto han creado lo que denominan *Agentes del cambio* donde se destaca el apoyo de figuras públicas de la India hacia *Menstrupedia*. Actrices, deportistas y presentadoras de televisión son parte del movimiento. El tabú alrededor de la menstruación es un problema de conciencia y educación, como ciudadanos del mundo podemos resolverlo mediante la difusión de la palabra: ayuda a romper el tabú haciendo preguntas a nuestras agentes del cambio.

- *Preguntas y Respuestas*: en la plataforma tenemos un espacio de preguntas y respuestas, mediante el cual se fomenta la interacción dinámica con los usuarios a través de foros de participación. Las preguntas se van ordenando automáticamente en cuanto a si son respondidas, las vistas que reciben y los votos que reciben de otros usuarios. En la actualidad la página cuenta con los siguientes registros de datos:

- 176 preguntas se han realizado en *Menstrupedia*.
- Existen 242 respuestas.
- 125 preguntas aún no tienen respuesta.
- En otro menú se despliega la lista de etiquetas, la que dispone de categorías como: nombre (autoría) y

popularidad. En la actualidad existen 138 etiquetas; las de mayor frecuencia son: períodos, períodos irregulares, embarazo, masturbación y menstruación.

- Otro de los menús es el de *usuarios* donde se presentan todos los miembros de la comunidad *Menstrupedia* quienes son mostrados en categorías como: los más antiguos, los más recientes, por nombre de usuario y por karma.

• *Insignias*: algo importante de mencionar dentro de la filosofía web 2.0 es dar al usuario un significado de protagonismo y recompensa. *Menstrupedia* lo denomina *Insignia*. Este espacio reconoce la colaboración y participación de los jóvenes en 30 categorías entre las que se destaca el autodidacta, el profesor, el estudiante, la autoridad, el iluminado, etc. Los galardones *Insignia* de *Menstrupedia* son oro, plata y bronce. La insignia de oro es el máximo galardón dentro de la comunidad. Para conseguirlo se tiene que demostrar un profundo conocimiento y una suma habilidad, además de una participación activa. La obtención de la insignia de plata reconoce aquellas contribuciones sobresalientes de los usuarios. Finalmente la insignia de bronce se entrega a los participantes activos en promedio mensual.

• *Guía Rápida*: en este espacio los autores dan tutoriales e información sobre categorías como: pubertad, menstruación, higiene y mito.

En pubertad se abordan los siguientes temas:

- ¿Cuán importante es para una niña o una mujer ser consciente de su cuerpo?

- ¿Qué es la pubertad?

- Los cambios emocionales que ocurren durante la pubertad

- Los cambios físicos que ocurren durante la pubertad en las niñas

- Los cambios físicos que ocurren durante la pubertad en los varones
- ¿Las niñas y las mujeres tienen necesidades nutricionales especiales durante sus años de menstruación?

En el apartado *menstruación* tratan los siguientes tópicos:

- Una introducción al sistema reproductor femenino
- ¿Qué es la menstruación?
- ¿Cuándo comienza la menstruación y cuándo termina?
- ¿Cuánto tiempo dura la menstruación?
- ¿Cuál es la longitud de un ciclo menstrual?
- Fases del ciclo menstrual

En el apartado *higiene* se desarrollan contenidos como:

- ¿Qué es la gestión menstrual?
- ¿Por qué la higiene y la gestión menstrual son esenciales para las niñas y las mujeres?
- ¿Por qué una chica necesita saber sobre la higiene y la gestión menstrual antes de que comience a menstruar?
- ¿Cuáles son las diferentes formas de gestionar el flujo menstrual?
- ¿Qué es una toalla sanitaria?
- ¿Cómo usar una toalla sanitaria?
- ¿Qué es un tampón?
- ¿Cómo usar un tampón?
- ¿Qué hacer con una toalla sanitaria o un tampón ya usados?
- ¿Qué es una copa menstrual y cómo usarlo?

- ¿Qué debe hacer una chica cuando llega su primera menstruación?
- ¿Cómo puede una chica o una mujer mantenerse preparada para una menstruación de manera regular?
- ¿Cuáles son las medidas generales de higiene necesarias durante la menstruación?

Finalmente tratan los mitos de esta forma:

- ¿Cuáles son los mitos de la menstruación y cómo afectan a una niña o una mujer?
- ¿De dónde se originaron los mitos de la menstruación y cómo se propagan?
- ¿Cómo deshacerse de los mitos menstruales?
- Mito: una mujer que está menstruando es impura, sucia, enferma e incluso maldita.
- Mito: una mujer que está menstruando no debería bañarse.
- Mito: es imposible quedar embarazada durante la menstruación.
- Mito: la menstruación causa pérdida abundante de sangre lo que conduce a la anemia.

### *Análisis exploratorio del blog Menstrupedia*

El blog *Menstrupedia* constituye una bitácora o revista informativa que se va actualizando de forma mensual. Tiene un espacio de comentarios, entradas recientes y búsqueda de artículos en categorías, además permite socializar sus contenidos en más de 74 redes sociales. Algunos de los temas tratados han sido:

- Los tabús de la menstruación que todavía rodean a cada mujer.

- Cuando los hombres hablan de períodos no hay tabú al respecto.
- Cinco cosas básicas para decir a tu hijo sobre los períodos.
- Todo lo que queremos es un período feliz.
- Basta ya de jaulas.
- Tratando la menstruación con aplomo.
- Deja de alimentar el lobo de los tabús de la menstruación.
- Lucha por lo que es correcto.
- Criando una generación libre de tabús de la menstruación.
- No hay nada que temer.

El blog permite que los usuarios colaboren en la redacción de artículos, expresando su opinión sobre experiencias, testimonios e historias. También se pide trabajos de arte que refieran el tema de la menstruación y abran la discusión aportando datos nuevos sobre mitos y creencias en torno al tema.

### *Abordaje del primer capítulo del cómic Menstrupedia*

Para nuestro estudio nos basamos en el cómic *Menstrupedia*, capítulo 1, con el fin de conocer los valores que éste fomenta. Nuestras unidades de análisis las clasificamos en valores humanos y valores de género inscritas con su respectiva unidad de registro. La tabla 1 corresponde a los valores humanos. Aquí se consideró el cruce de variables entre: personajes y el rol que desempeñan, las acciones que realizan y los valores humanos que promueven. Por su parte, la tabla 2 corresponde a los valores de género. En este espacio se tomó en consideración las variables como: personajes, rol que desempeñan, acciones que realizan y los valores de género que promueven.

Tabla 1. Valores humanos del cómic menstrupedia

PERSONAJE	ROL	ACCIONES	VALORES HUMANOS QUE PROMUEVE
	En el cómic Pinki interpreta a una niña que está de cumpleaños	Escucha la enseñanza que le ofrece su hermana, Priya Didi, en torno a la menstruación. Pinki le realiza preguntas sobre este tema tabú para muchas mujeres hindúes.	Pinki transmite valores como la capacidad de escucha, la alegría propia de la niñez, la concentración, el valor de la cortesía, una innata curiosidad y ánimo de explorar nuevos conocimientos, la discreción y prudencia, el sentido de empatía con sus amigas, la energía y entusiasmo por celebrar una reunión familiar. En su modo de actuar refleja educación, obediencia, sencillez y humildad. Pinki es una niña que valora sus amistades, muestra con ellas sentido de compañerismo y gratitud.
	Jiya es una amiga de Pinki, quien la acompaña en su cumpleaños y también escucha la charla que imparte Priya Didi sobre la menstruación.	Jiya pregunta qué es lo emocionante del proceso de crecer, escucha atentamente, infliere comentarios. Sufre en la historia de su primer ciclo menstrual.	En el cómic, Jiya encarna valores como madurez, confianza, comprensión. Al sufrir su primer ciclo menstrual presenta valores relacionados a la sorpresa, sentido de exploración, descubrimiento, agudeza hacia nuevos aprendizajes, un olfato perceptivo y valentía para asumir este gran cambio en su vida femenina. Después de la charla sobre la menstruación, Jiya se muestra más serena, tranquila, aliviada, encarándola con consciencia, determinación y realismo su naturaleza de niña-mujer.
	Mira es una amiga de Pinki, también la acompaña en su celebración de cumpleaños.	En el cómic Mira escucha la enseñanza de Priya Didi y realiza muchas preguntas sobre el ciclo menstrual.	Mira muestra capacidad atenta de escucha, concentración, sentido exploratorio, curiosidad vivaz y gratitud hacia los otros. Sus valores incluyen la cortesía, discreción, alegría propia de la niñez, empatía hacia sus amigas, entusiasmo y energía por celebrar el cumpleaños de Jiya.
	En el cómic también se observa la figura de la mamá de Pinki y Priya Didi	La madre encarna el rol de ama de casa quien realiza una comida familiar para celebrar el cumpleaños de su hija. En el cómic ella lo organiza y supervisa todo, en especial, el cuidado de las niñas.	La madre encarna valores como la disposición, el amor, apoyo y voluntarismo, en especial, el sentido de solidaridad y sacrificio por los otros. Es una mujer llena de afecto y cariño hacia sus hijas, orden y meticulosidad para la administración de su hogar, es responsable, atenta y respetuosa. La madre muestra un servicio de vocación hacia los demás, es altruista y trabajadora.
	Priya Didi es una joven doctora hindú, trabaja en el servicio médico público de su país.	En el cómic Priya Didi narra los cambios físicos y emocionales que sufren tanto los niños como las niñas en su proceso de crecimiento, poniendo especial énfasis en la menstruación.	Priya Didi es la protagonista de la historia es una mujer que refleja el valor del trabajo, el sentido profesional y la integridad de servir a los demás. Es una mujer joven, independiente a nivel económico, cuyos recursos sirven para solventar su núcleo familiar. Priya Didi da una pequeña charla a las pequeñas amigas de su hermana sobre la menstruación.

Fuente: Tusa, F. (2015).

Tabla 2. Valores de género del cómic menstrupedia

Valores de género que promueve	
<p><b>Personaje</b></p>	<p>Tanto en su diálogo como en la calidad de sus respuestas, todas ellas argumentadas, así como en la pertinencia de sus preguntas, Pinki aboga por valores como la educación igualitaria y participativa. La niña sueña con igualdad de trato para mujeres y hombres. Debido a su niñez refleja libertad de ser y por lo tanto no está condicionada por los tabúes y estigmas propios de la sociedad. En sus conversaciones muestra un pensamiento de tolerancia pues indica que tanto los niños como las niñas merecen respeto y atención.</p>
<p><b>Pinki</b></p> 	<p>Jiya, al ser la protagonista de su primer ciclo menstrual, viene a simbolizar la transición de niña a mujer, pero más allá de ello, constituye el símbolo que desmitifica los tabúes que existen sobre la menstruación. Jiya es una niña valiente que se atreve a preguntar sobre un tema poco tratado entre las familias hindúes, ella quiere conocer cuáles son las diferencias que caracterizan la naturaleza biológica de los niños y niñas. Es una niña que vive una infancia plena, con derechos inalienables como son el derecho a jugar, a la educación y a la libertad. Muestra además un sentido de admiración hacia la profesionalización de la mujer, en este caso, siente un afecto especial por la doctora Priya Diddi.</p>
<p><b>Jiya</b></p> 	<p>Mira es una niña que refleja los valores del voluntariado y el acceso igualitario a una educación de calidad. Asimismo Mira muestra apertura por preguntar cuestiones consideradas como tabúes dentro de la sociedad hindú. Ella valora la amistad, el sentido de familia y la pertenencia a un grupo social. De igual manera, Mira defiende los derechos de la infancia referidos al juego, la libertad de ser y la alegría por socializar con niñas de su misma edad. Los valores que la caracterizan son la solidaridad y el compañerismo.</p>
<p><b>Mira</b></p> 	<p>Es interesante conocer que esta es una historia de mujeres, en todo el cómic no aparece la figura paterna dándonos a entender que la madre es el sostén del hogar y a ella se debe la independencia económica de sus hijas. La madre es auto-suficiente en sí misma, se vale por sus propios méritos, es autónoma y decidida, no tiene miedo de enfrentarse al mundo por defender a sus hijas. Ella está satisfecha consigo misma, con sus logros de vida y gracias al rol que cumple se desmitifican los mitos y tabúes que encaman las mujeres, en relación a sus procesos biológicos, fisiológicos y sociales. Uno de sus valores esenciales es que constituye una guía orientadora, una líder para su familia, ella es una modelo de mujer, madre y amiga. Sin duda, su capacidad de trabajo y de servicio la hacen un ser humano excepcional.</p>
<p><b>Mamá</b></p> 	<p>Priya Didi refleja en su esencia de mujer una ausencia de prejuicios, tabúes y estigmas sociales. Siendo mujer, es independiente económicamente, ello se evidencia en que tiene una profesión, un título académico, labora para el Estado, viaja en moto y ante todo es un ser humano íntegro, inteligente y amoroso. Su sentido profesional se refleja en la charla sobre la menstruación que les da a las amigas de su hermana pequeña. Enseña de forma realista los cambios físicos y emocionales que atraviesan en la adolescencia tanto los hombres como las mujeres. Priya Didi refleja intrepidez, libertad de ser y se constituye en un referente de conocimiento.</p>
<p><b>Priya Didi</b></p> 	

Fuente: Tusa, F. (2015).

En la tabla No. 1 se reflejan los valores contenidos en el cómic *Menstrupedia*. Esta historia se desarrolla contándonos cómo Pinki, una niña hindú, se apresta a cumplir años mediante una celebración familiar conjunta con sus seres queridos y amigas. En plena fiesta una de sus amigas más cercanas, Jiya, sufre su primera menstruación, hecho que la alarma, la llena de dudas y vergüenza. Frente a esta situación embarazosa para Jiya, la doctora Priya Didi les da a las niñas una charla informal y espontánea sobre la menstruación, así como los cambios biológicos, fisiológicos y psicológicos que enfrentan niños y niñas en plena transición de su sexualidad. Al final, toda la familia y las niñas en general comprenden que la menstruación es un proceso natural de la naturaleza femenina y que no hay motivo por qué callar y avergonzarse. Con ello se dejan de lado los tabúes, estigmas y prejuicios sociales propios de las sociedades orientales, como la India. Estos valores humanos se detallan en dicha tabla de estudio. La tabla 2 nos muestra los valores de género que defiende el cómic como son la visibilidad de los problemas de las mujeres, la crítica a los tabúes, estigmas y prejuicios sociales. Asimismo habla del respeto a los valores humanos inalienables que poseen todas las mujeres en el mundo, sin importar raza, religión o condición social. Es importante mencionar que el cómic describe a la perfección la cultura e idiosincrasia propia de la sociedad hindú, mostrando valores como la unión familiar, las ceremonias y fiestas de su gente y la valía que tiene el trabajo y la profesionalización de las personas.

## **CONCLUSIÓN**

Actualmente asistimos a una *Sociedad de la Información* caracterizada por un modo de ser comunicacional que atraviesa todas las actividades, sean éstas de entretenimiento,

educación, organización, servicios, etc. En este tipo de organización social la información ocupa un lugar sustantivo y se convierte en fuente de riqueza ya que en ella se produce un crecimiento rápido de las tecnologías de información y comunicación que repercuten en todos los sectores sociales. Cabe mencionar que la digitalización es una de las claves técnicas de la Sociedad de la Información, proceso que ha dado lugar a nuevos medios así como nuevas formas de almacenar y difundir el conocimiento, hecho que ha modificado las relaciones interpersonales y los sistemas de producción, educación y entretenimiento. Es decir, no se trata de incorporar innovaciones tecnológicas en la vida actual del ser humano, lo que se debería hacer es asumir una auténtica revolución de carácter cultural, y esa es justamente la labor de *Menstrupedia*, pues este proyecto trabaja bajo el concepto de *inteligencia colectiva*, lo que significa conducir que transforma la sociedad hablando justamente sobre lo que está mal en ella.

La construcción de una *Sociedad de la Información y el Conocimiento* está todavía en proceso, ya que constituye un verdadero laboratorio de análisis para el estudio de la comunicación como ciencia social. En dicho contexto, deben darse reflexiones, como las del presente trabajo, que sean justamente producto de problemas de investigación que vinculen a la universidad con la colectividad. Para ello se destacan algunos aspectos de análisis como:

1. El proceso de comunicación, como objeto de estudio, se ha redimensionado en la medida en que se incorporan actividades nuevas a este campo de conocimiento, como es el caso de la educación y la tecnología.
2. La información y la comunicación se han transformado en insumo y producto de los nuevos procesos sociales. Esto se observa de forma particular en los entornos digitales.

3. A partir de las tics es necesario repensar los modelos comunicativos a la luz de las condiciones que establecen las relaciones mediadas por la tecnología (relación usuario-máquina).
4. Es necesario realizar estudios críticos sobre la función social de la comunicación, referida a los nuevos medios, como a sus contenidos y al impacto que estos procesos tienen en los individuos.
5. Las estrategias de comunicación ocupan un lugar destacado dentro del modelo político económico neoliberal, en la medida en que dicho modelo introduce una dimensión simbólica que permite el activismo digital, el empoderamiento de derechos y la participación democrática en red.

En consecuencia, después de una revisión bibliográfica y documental por la temática de las tecnologías de la comunicación y la información se infiere que el reto de la educación en la *Sociedad de la Información y el Conocimiento* es crear propuestas alternativas, innovadoras, creativas y con un alto componente de cambio social como fuera el caso de *Menstrupedia*, proyecto tecnológico basado en un cómic que habla de aquellas problemáticas que atañen a muchas mujeres alrededor del mundo y cuyos mitos e imaginarios sociales ha incidido no solo en aspectos de salud sino en la transversalidad de la vida humana de hombres y mujeres.

La propuesta de una emprendedora hindú es muestra de que la desmitificación de los mitos si es posible construir bajo un concepto que es inherente a la web 2.0: el trabajo colaborativo. *Menstrupedia* es posible gracias a la retroalimentación de usuarios lectores digitales, prosumidores de contenidos de información y creadores de artículos de opinión. Aquí los usuarios se constituyen en protagonistas y ganadores de insignias dentro del sitio web, quienes dan

respuesta a los problemas vivenciales mediante testimonios, anécdotas y experiencias que vienen a enriquecer el corpus narrativo del proyecto. En este sentido, el cómic nos sirve, dentro del espacio pedagógico para hablar de valores humanos y valores de género construidos a partir de un guión híbrido lleno de diálogos e ilustraciones dinámicas y vivaces. Aquí la construcción del valor, como metáfora visual, sirve para repensar la ética y formación humanística de niñas y niños desde temprana edad. Por lo tanto, *Menstrupedia* se erige como un proyecto educomunicólogo por excelencia, esencial para construir un nuevo sentido de identidad y compromiso social en un aprendizaje integral para toda la vida, y que inicia justamente con propuestas que cuestionan los mitos de un mundo dado. Bienvenidos sean entonces proyectos como *Menstrupedia* que han logrado que las mujeres hablemos abiertamente de los procesos biológicos propios de la naturaleza femenina sin ningún tipo de limitaciones ni tabúes, con un lenguaje claro y fácil de comprender. Debido a *Menstrupedia*, las mujeres tenemos clara consciencia que desde niñas merecemos respeto, posicionamiento y valía dentro de la sociedad actual, sea ésta de oriente u occidente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BELL, Daniel. 2001. **El advenimiento de la sociedad post-industrial. Un intento de pronosis social.** Alianza Editorial, Madrid (España).
- BOELLSTORFF, Tom. 2008. **Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human.** Princeton University Press, Princeton (Estados Unidos).
- BRENNEN, Bonnie. 2013. **Qualitative research methods for media studies.** Routledge, London (Inglaterra).

- CROVI, Delia. 2002. “Sociedad de la información y el desconocimiento”. **Revista Economía, Sociedad y Territorio**. V (18): pp. 463-465, Ed. Colegio Mexiquense A.C., Estado de México (México).
- CASTELLS, Manuel. 1996. **La Sociedad Red**. Alianza Editorial, Madrid (España).
- CASTELLS, Manuel. 1998. **El poder de la identidad**. Alianza Editorial, Madrid (España).
- CASTELLS, Manuel. 1998. **Fin de Milenio**. Alianza Editorial, Madrid (España).
- DELGADO, Melvin. 2015. **Urban Youth and Photovoice: Visual Ethnography in Action**. Oxford University Press, Oxford (Reino Unido).
- DRUCKER, Peter. 1959. **Landmarks of Tomorrow**. Harper, New York (Estados Unidos).
- DRUCKER, Peter. 1969. **The Age of Discontinuity**. Harper & Row, New York (Estados Unidos).
- DRUCKER, Peter. 1993. **Post-Capitalist Society**. Harper Business, New York (Estados Unidos).
- HINE, Christine. 2004. **Principios de la etnografía virtual**. Editorial UOC, Barcelona (España).
- HORST, Heather & MILLER, Daniel. 2012. **Digital anthropology**. Ed. Berg, London (Inglaterra).
- IBÁÑEZ, Jesús. 2002. “Sobre la metodología cualitativa”. **Revista Española de Salud Pública**, 76(5): pp. 373-380, Ed. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Madrid (España).
- LACASA, Pilar.; MARTÍNEZ-BORDA, Ruth. & MÉNDEZ, Laura. 2013. “Media as Practice: Narrative and Conceptual Approach for Qualitative Data Analysis”.

**Studies in Media and Communication.** 1(2): pp. 132-149. Ed. Redfame Publishing, Beaverton (Estados Unidos).

MENESES CABRERA, Tania.; Cardozo Cardona, John. 2014. “La Etnografía: una posibilidad metodológica para la investigación en cibercultura”. **Revista Encuentros**, 12(2): pp. 93-103. Ed. Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla (Colombia).

MENSTRUPEDIA. 2013. **Menstrupedia, friendly guide to healthy periods.** Disponible en: <http://www.menstrupedia.com/> Consultado 07.10.2016.

MENSTRUPEDIA. 2013. **Menstrupedia Comic: the friendly guide to periods for girls.** Disponible en: <http://www.menstrupedia.com/comic/english> Consultado 07.10.2016.

PINK, Sarah. 2013. **Doing visual ethnography.** Ed. RMIT University, Melbourne (Australia).

PISCITELLI, Alejandro. 2002. **Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes.** Editorial Paidós Ibérica, Buenos Aires (Argentina).

ROUTH, Benu. 2014. **Aditi Gupta: Addressing a Social Taboo Creatively.** Disponible en: <http://forbesindia.com/article/30-under-30/aditi-gupta-addressing-a-social-taboo-creatively/37145/1> Consultado el 07.10.2016.

RUIZ OLABUÉNAGA, José. 2003. **Metodología de la investigación cualitativa.** Ed. Universidad de Deusto, Bilbao (España).



**UNIVERSIDAD  
DEL ZULIA**

---

## **opción**

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

Año 32, Especial N° 12, 2016

Esta revista fue editada en formato digital por el personal de la Oficina de Publicaciones Científicas de la Facultad Experimental de Ciencias, Universidad del Zulia.  
Maracaibo - Venezuela

[www.luz.edu.ve](http://www.luz.edu.ve)

[www.serbi.luz.edu.ve](http://www.serbi.luz.edu.ve)

[produccioncientifica.luz.edu.ve](http://produccioncientifica.luz.edu.ve)