



Sexualidad, Salud y Sociedad - Revista Latinoamericana

E-ISSN: 1984-6487

mariaglugones@gmail.com

Centro Latino-Americano em Sexualidade e Direitos Humanos
Brasil

Felitti, Karina

El ciclo menstrual en el siglo XXI. Entre el mercado, la ecología y el poder femenino
Sexualidad, Salud y Sociedad - Revista Latinoamericana, núm. 22, abril, 2016, pp. 175-206

Centro Latino-Americano em Sexualidade e Direitos Humanos
Río de Janeiro, Brasil

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293345349008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El ciclo menstrual en el siglo XXI. Entre el mercado, la ecología y el poder femenino

Karina Felitti

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Filosofía y Letras
Instituto Interdisciplinario de Estudios de Género
Consejo Nacional de Investigaciones
Científicas y Técnicas
Buenos Aires, Argentina

> karinafelitti@gmail.com

Resumen: Este artículo analiza las concepciones relativas al género, la sexualidad, la salud, la espiritualidad/religiosidad, la política, el medio ambiente y el empoderamiento femenino, presentes en el mercado de productos “alternativos” que atienden y celebran el ciclo menstrual en la Argentina contemporánea. Se trata de un estudio cualitativo basado en el análisis de páginas web, blogs y perfiles de Facebook de mujeres que fabrican, comercializan y/o difunden toallas de tela y copas de silicona; la observación participante en talleres sobre el ciclo y entrevistas personales con sus organizadoras. El estudio visibiliza la emergencia y difusión de visiones que celebran el ciclo menstrual, considerándolo una fuente de identidad y empoderamiento femenino, y las tensiones que se dan con otros enfoques que cuestionan estas premisas.

Palabras clave: menstruación; mercado; ecología; empoderamiento; salud

O ciclo menstrual no século XXI.

Entre o mercado, a ecologia e o poder feminino

Resumo: Este artigo analisa as concepções relativas ao gênero, à sexualidade, à saúde, à espiritualidade/religiosidade, à política, ao meio ambiente e ao empoderamento feminino, presentes no mercado de produtos “alternativos” que atendem e celebram o ciclo menstrual na Argentina contemporânea. Trata-se de um estudo qualitativo baseado na análise de páginas, blogs e perfis do Facebook pertencentes a mulheres que fabricam, comercializam e/ou difundem toalhas de pano e copos de silicone, observação participante em oficinas sobre o ciclo e entrevistas pessoais com suas organizadoras. O estudo visibiliza a emergência e difusão de visões que celebram o ciclo menstrual, considerando-o uma fonte de identidade e empoderamento feminino, e as tensões que se dão com outros enfoques que questionam estas premissas.

Palavras-chave: menstruação; mercado; ecologia; empoderamento; saúde

Menstrual cycle in the XXI century.

Between the marketplace, ecology and women's power

Summary: This article explores meanings related to gender, body care and women's health, spirituality/religiosity, politics, environment, and women's empowerment, present in the marketing of “alternative” menstrual products (cloth towels, menstrual cup, books which celebrate menstrual cycle) and workshops and virtual networks about the menstrual cycle in contemporary Argentina. This is a qualitative study based on the analysis of publicity, blogs and Facebook groups of female entrepreneurs who manufacture, sell and/or promote these products, as well as participant observation in workshops and interviews with their organizers. It focuses in the tension between visions which privilege hygiene and perceive menstruation as a bad time for women and those which celebrate the menstrual cycle and consider it a source for women empowerment.

Keywords: menstruation; marketplace; ecology; empowerment; health

El ciclo menstrual en el siglo XXI. Entre el mercado, la ecología y el poder femenino

Introducción

No me sorprende que las mujeres hayamos estado tanto tiempo oprimidas por los hombres, pienso restregando mis bragas con un cepillo de uñas y un jabón de brea en el cuarto del baño. Quitar la sangre seca del algodón es un coñazo. Estábamos tan ocupadas frotando y frotando que no pudimos hacer campaña a favor del voto femenino hasta que aparecieron las primeras lavadoras (Moran, 2013:28).

La cita del epígrafe recuerda la necesidad que hemos tenido las mujeres a lo largo de la historia de actuar sobre el sangrado menstrual, aunque durante siglos el ciclo haya sido un verdadero misterio. ¿Cómo podía un ser vivo sangrar mensualmente sin afectar su salud, sin morir? Esa pregunta comenzó a tener algunas respuestas en el siglo XVIII cuando ganó terreno la tesis del “dimorfismo sexual”, es decir, la existencia de diferencias apreciables en los organismos de las mujeres y de los varones, que refutaba la visión anterior, que hablaba de la existencia de un solo sexo y de dos géneros (Laqueur, 1990). La correlación entre la fecha del coito con la fecha de embarazo y de la morfología ovárica con la menstruación comenzó a ser comprendida a partir de 1900. Hacia 1910, los estudios de la citología de la mucosa cervical de Papanicolaou facilitaron el primer indicador fiable del ciclo ovárico en seres humanos; los ensayos hormonales comenzaron poco después; y recién en 1930 se llegó a entender de forma general el control hormonal de la ovulación por el ovario y la glándula pituitaria (Laqueur, 1990:262).

El proceso civilizatorio de la modernidad occidental impuso el control de los fluidos y desechos corporales (Elias, 1994) que, combinado con el discurso de la asepsia del higienismo, incentivó la fabricación de compresas –primero de forma doméstica y luego comercial– que pudieran absorber la sangre menstrual. Lavarse, cambiarse frecuentemente los paños y descansar, fueron consejos e indicaciones para proteger el cuerpo femenino de gérmenes y malestares, cuidándolo para lo que se consideraba su función principal: la maternidad.¹ Hacia el 1900, las com-

¹ Algunas de estas premisas higienistas enfrentaron resistencias. Por ejemplo, a fines del siglo XIX en los Estados Unidos, las migrantes italianas consideraban que dejar por un tiempo una compresa estimulaba un mayor sangrado, y que un paño bien pesado era un símbolo de fertilidad (Jacobs Brumberg, 1997:44).

presas de tela, los cinturones y los delantales que las sostenían se comercializaban con éxito: menarcas más tempranas, menor cantidad de embarazos y menopausias más tardías aseguraban un importante número de clientas. La consigna era contener el fluido y también los olores, dar lugar al “silencio olfativo” sobre el que habla Le Breton (1995), por medio de desodorantes y perfumes, que hacía del hombre un animal que no olía y que no quería oler, un animal cada vez menos animal.

Hoy en día, la oferta de productos para atender el ciclo menstrual es amplia y variada, a veces con fundamentos que superan el objetivo argumento de la rentabilidad económica y proponen formas de vida más sanas, libres, ecológicas, socialmente comprometidas, anti sistémicas y de empoderamiento. Así, para aliviar dolores y malestares, físicos y emocionales, podemos encontrar fármacos; pero también alternativas vinculadas con la ginecología natural y la medicina ancestral. El sangrado puede atenderse con diferentes dispositivos: los más usados siguen siendo los tampones y las toallas industriales, pero las alternativas “naturales” crecen, con la comercialización de toallas de tela y copas de silicona. Asimismo, circulan artefactos culturales –libros, documentales– que sacan a la luz los significados sociales del ciclo menstrual y sus correlatos en la vida de las mujeres, al tiempo que se generan espacios de intercambio sobre estas experiencias, de manera virtual (sitios webs, grupos de Facebook) y presencial (talleres, círculos de mujeres).

La recepción de esta oferta es también variada. Las niñas escolarizadas reciben información desde un enfoque predominantemente biomédico,² sea por parte de sus docentes, sea por profesionales de la salud que participan de proyectos financiados por empresas de higiene femenina, como Johnson & Johnson que, desde hace décadas, cuenta con un departamento educativo.³ De este modo, la charla explicativa funciona como antesala para promocionar los productos de la empresa, y colabora así con la visión predominante en sociedades urbanas postindustriales sobre la menstruación: un ritual económico en lugar de un ritual social

² En 2006 se aprobó la Ley 26.150 que creó el Programa Nacional de Educación Sexual Integral. La primera menstruación forma parte de los contenidos curriculares y se aborda en uno de los materiales educativos elaborados por el Ministerio de Educación de la Nación (Marina, 2011).

³ A mediados del siglo XX, para captar al público consumidor joven, las empresas comenzaron a crear sus propias oficinas educativas. En 1946, Kimberly-Clark, fabricante de Kotex, se unió a Disney para lanzar el corto animado *La historia de la menstruación* (*The history of menstruation*). Este audiovisual iba acompañado de un pequeño libro que tenía el formato de un diario íntimo, con el título *Muy personalmente tuyo* (*Very personally yours*). Algunas investigaciones afirman que esta película fue utilizada en los Estados Unidos durante 35 años y vista por alrededor de 105 millones de niñas y jóvenes (Luker, 2007:85-91). En este corto se dice que la menstruación no es una enfermedad; se aconseja bañarse y estar activa, descartando movimientos bruscos. El modelo de feminidad al que apela se basa en la compostura y la discreción, y tiene como horizonte la heterosexualidad, el matrimonio y la maternidad.

(Brumberg, 1997). La visión ecológica, la espiritual “new age” y/o la feminista circulan por canales diferentes a los escolares, y convocan principalmente a mujeres de clase media urbana, blancas, con cierto nivel educativo y poder adquisitivo, que buscan otras vivencias para ellas y/o para sus hijas. Más allá de este público, la información sobre toallas de tela, copas menstruales y rituales circula por las redes y en el boca a boca. Además, hay empresas, organizaciones no gubernamentales, fundaciones y organismos internacionales que apoyan alternativas ecológicas para el “Manejo de la Higiene Menstrual (MHM)”, y estudian –y denuncian– el ausentismo escolar de las niñas durante la fase de sangrado de su ciclo y otras formas de discriminación a partir de la menarquía. Es decir, aunque en este trabajo me concentro en el perfil de mujeres antes indicado –principales consumidoras de estas alternativas– cabe señalar que una mujer de un barrio popular puede usar la copa de silicona porque participó de un proyecto social; o una mujer indígena puede fabricar sus propias compresas, por falta de dinero para comprar las industriales o por creencias relacionadas con su pertenencia étnica. Todas estas situaciones hablan de la circulación de estas “innovaciones” que, como veremos a continuación, no son tan nuevas.

En este artículo analizo las relaciones que se tejen entre estos productos alternativos (toallas de tela, copas de silicona), ofrecidos para atender el sangrado menstrual, y las construcciones sociales que sostienen su producción y comercialización; así como en la oferta de formación y discusión, presencial y virtual, sobre el ciclo menstrual en la Argentina contemporánea. Se trata de un estudio cualitativo basado en el análisis de páginas web, blogs, perfiles de Facebook de mujeres que fabrican, comercializan y/o difunden estos productos; la observación participante en talleres sobre el ciclo menstrual y entrevistas con sus organizadoras. El trabajo focaliza en la tensión entre visiones que privilegian la higiene y ven a la menstruación como un mal momento para las mujeres; las que cuestionan esta mirada negativa, la sitúan históricamente y la denuncian como forma de dominación patriarcal; y aquellas que celebran el ciclo menstrual, y lo consideran una fuente de empoderamiento y de identidad femenina.

El *corpus* de fuentes escritas comprende los materiales de difusión y publicidad (impresos y de circulación por Internet) de cinco emprendimientos de venta de toallas femeninas de tela en Argentina –*Recibe tu luna*, *Luna roja*, *Flor de Luna*, *Artemisia* y *Adamah*– y del “proyecto social y comercial” *Maggacup*, que fabrica y vende la copa de silicona en este país. También fueron analizados algunos libros y documentales, argentinos y extranjeros, que tienen como tema principal el ciclo menstrual, producidos en los últimos 15 años y de amplia circulación por estas redes. Asimismo, se han incorporado estudios académicos y militantes sobre la menstruación y sus implicancias socio-políticas, de producción extranjera, refe-

rencias a un trabajo de investigación local y foros de discusión de administración local o internacional, en español. La construcción de este *corpus* fue realizada a partir de mi propio relevamiento y de las referencias que circulaban en los espacios analizados, presenciales y virtuales, y de las recomendaciones de las entrevistadas. Las páginas web que refieren al “sangrado libre” resultaron de una búsqueda en *Google.com* bajo ese mismo criterio.

Las entrevistas y el trabajo de campo se realizaron entre octubre de 2012 y septiembre de 2015.⁴ Las entrevistadas fueron 4 mujeres que coordinaron talleres y actividades en las que participé, que están también relacionadas con la producción y comercialización de toallas de tela y/o la copa de silicona. Las entrevistas fueron semiestructuradas; mis preguntas se orientaron hacia sus experiencias biográficas con el ciclo menstrual, su formación intelectual, sus creencias religiosas, su participación política, sus visiones sobre los feminismos y sus motivaciones para fabricar/promocionar/gestionar productos alternativos, y/o espacios de formación y/o intercambio, sobre el ciclo menstrual.⁵ Consideradas como informantes clave, cito a dos de ellas, a quienes presento por sus nombres completos, con la autorización de ambas. La selección de los talleres y de las entrevistadas se dio por accesibilidad geográfica y bola de nieve (organizadoras y/o participantes de cada taller me referenciaban otros proyectos, personas y espacios).

El interés en este tema responde a una pregunta mayor sobre las diferentes formas de “liberación femenina” y las tecnologías en las que se sostienen.⁶ En este caso, si en los años 1970 para algunas mujeres el tampón fue el dispositivo de liberación, en la actualidad la copa menstrual se presenta como una alterna-

⁴ Los espacios de reflexión y acción sobre el ciclo menstrual y sexualidad femenina relevados fueron: Taller de úteros, coordinado por Berenise Carballo, Palermo, Ciudad de Buenos Aires, 8 de agosto de 2015; “Chau tabú. Hablemos de menstruación”. Celebración por el Día Higiene menstrual, anfitriona Maggacup, Plaza Lavalle, Ciudad de Buenos Aires, 28 de mayo de 2015; Taller “Loba. La Naturaleza Prohibida. Workshop para Mujeres”, coordinado por Macarena Godoy, Palermo, Ciudad de Buenos Aires, 18 de abril de 2015; Taller Re-descubriendo los Secretos del Ciclo Menstrual. Re-conectando con nuestro potencial femenino creativo, coordinado por Manuela Novara, Multiespacio Naturaleza, San Telmo, 26 de Octubre de 2013; “La nena se hace señorita. ¿Qué le digo? ¿Qué hago?” Ciclo Psico educativo, Espacio Caliu, Colegiales, Ciudad de Buenos Aires, 11 de octubre de 2014; Charla debate Día Mundial de la Higiene Menstrual y estreno mundial del documental Moonthies, ciudad de Buenos Aires, 28 de mayo de 2014; y el Taller de confección de toallas ecológicasw, Espacio CUCO-CO. Saavedra, Ciudad de Buenos Aires, 7 de octubre de 2012.

⁵ Las relaciones entre estas alternativas ecológicas y las religiosidades fueron analizadas en Felitti (2015).

⁶ Este artículo forma parte de mi proyecto “Discursos y representaciones sobre la liberación femenina: debates feministas, experiencias femeninas”, financiado por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de la Argentina (CONICET), 2014 – 2017.

tiva superadora, herramienta de conocimiento y poder femenino, en sintonía con premisas de cuidado, del cuerpo y del medio ambiente. Ante la preponderancia de un discurso feminista, que restringe la consigna “Mi cuerpo es mío” al acceso a la anticoncepción y el aborto; y que, desde el construccionismo miran con recelo la recuperación de una “naturaleza femenina”, temiendo que la vuelta al cuerpo desmorone al género, abro la discusión sobre los significados, alcances y límites de estas reapropiaciones del ciclo menstrual en el escenario actual.

Como mujer menstruante y como feminista, me vi atravesada por estas discusiones y por los efectos biográficos del trabajo de campo, que implicó la observación, pero también la participación activa. “Poner el cuerpo” en esta investigación implicó probar las toallas de tela y la copa de siliconas; trazar calendarios lunares sobre mi período; revisar mi propia “historia menstrual”; y compartir estas experiencias con otras mujeres. Esta implicación “carnal” (Wacquant, 2006) no es analizada en este artículo por cuestiones de espacio y foco; pero no puedo dejar de indicarla, dada la importancia que reviste la experiencia para la investigación feminista.

Regulaciones y productos

Emily Martin (1987) ha señalado que la regulación médica de los procesos reproductivos fue un modo de ejercer control social sobre las mujeres. En esa línea, la autora señala la correlación entre la preocupación por el “síndrome premenstrual” –entendido como una causal de incapacidad femenina en la vida cotidiana– y los períodos de crisis económica o de posguerra –en los que existía interés en regresar a las mujeres al hogar y expulsarlas del mercado laboral, para dar lugar a los varones–. Claro que esto no involucraba a todas las clases sociales: las mujeres pobres debían seguir trabajando, sin importar sus estados físicos y anímicos. Una forma de legitimar esta diferencia fue aducir que las obreras usaban el cerebro menos que las estudiantes y que, por esa razón, sus cuerpos sufrían en menor medida las tensiones menstruales (Martin, 1998). En ese sentido, como afirma Eugenia Tarzibachi (apud Carbajal, 2013), no es casual que en 1944 los tampones *Tampax* se publicitaran en los Estados Unidos como una buena forma de reducir el ausentismo de las trabajadoras en las fábricas.⁷ Para entonces se consideraba que el estado normal de las mujeres era la enfermedad, y la menstruación, un ejemplo de ello. En esos momentos debían evitarse las caminatas largas, bailes, compras, andar a caballo y participar

⁷ Para mayor información sobre este tema puede consultarse la tesis doctoral de Tarzibachi (2015).

de fiestas; en síntesis, era imperioso descansar y asumir que la vida femenina estaba marcada por la “tiranía del útero” (Ehrenreich & English, 2005).

En Estados Unidos, las primeras toallas higiénicas datan de la década de 1920. Su fabricación estuvo vinculada con la invención de un sustituto del algodón que había sido utilizado por el ejército norteamericano durante la Primera Guerra Mundial (Jacobs Brumberg, 1997). Los tampones aparecieron a partir de 1930, relacionados con la posibilidad de hacer deportes y actividades recreativas puntuales. Para 1970, los nuevos adhesivos de las toallas sanitarias volvieron innecesarios los cinturones y los alfileres, y los tampones se posicionaron como opción confortable para usar un traje de baño pequeño, nadar o llevar ropa de calle ajustada y clara. Para las feministas estadounidenses de entonces, los “instrumentos de tortura femenina” eran los tacos altos, los corpiños y las fajas, pero no los tampones: ellos eran dispositivos de liberación. Sin embargo, las denuncias de muertes y enfermedades a causa del Síndrome de Shock Tóxico en usuarias de tampones encontraron eco en el movimiento por la salud de las mujeres, la militancia contra las corporaciones –en este caso, la industria de la higiene femenina– y el movimiento ecologista; y contribuyeron a quebrar ese optimismo inicial.

En la década de 1930, Leona Chalmers patentó *Tass-ette*, una de las primeras copas menstruales. El producto no prosperó entonces: había quejas por la dureza del material y a muchas mujeres les resultaba extraño colocarse algo en la vagina. Chalmers buscaba facilitar el deporte durante la menstruación y ofrecer una “protección invisible” que diera confianza a las mujeres. En una publicidad se afirmaba que la copa podía evitar la “pesadilla” de la menstruación, “el terror del olor, el sentimiento de impureza” (MUM web), beneficios muy distintos, opuestos incluso, a los que difunden las promotoras de este dispositivo en la actualidad.

Entre fines de 1950 y 1970 se intentó hacer resurgir la copa con nuevas estrategias de marketing, pero muchas mujeres eran reacias a lavarla para reusarla. Además, al ser reutilizable, las ventas se congelaban con facilidad y no resultaba un buen negocio. Se necesitaba un nuevo contexto social y cultural para que este producto tuviera más llegada. La crisis del tampón, antes mencionada, ayudó a hacer resurgir la copa en la década de 1980 (Bobel, 2010).⁸ En la actualidad existen varios modelos y fabricantes; y en sintonía con premisas ecológicas, de cuidado de la salud y de valoración/celebración del período, también las toallas femeninas de tela y, en menor medida, las esponjas marinas, forman parte de este mercado “alternativo”.

⁸ Algunas marcas plantean algún signo de distinción, como la copa estadounidense *Softcup* que además de anunciar que logra más tiempo de absorción que sus competidoras, indica que con ella pueden tenerse “relaciones sexuales menos sucias”, dado que puede mantenerse dentro de la vagina durante el coito (Softcup web).

También ha tomado impulso la posibilidad de suprimir el sangrado a partir del uso de determinados dispositivos intrauterinos o del consumo de fármacos.⁹ Una de las justificaciones para esta práctica señala que, sin prácticas anticonceptivas, habría más cantidad de fecundaciones y menos menstruaciones. Suprimir la menstruación es, entonces, una forma “artificial” de reponer un comportamiento “natural”, y de evitar un exceso que aumenta los riesgos de contraer cáncer de seno (Vignal, 2012). Esta propuesta ha generado debates en el campo médico y también entre las mujeres: para algunas, suprimir el sangrado es un atropello, mientras que para otras, una feliz solución.

Lejos de cualquier intervencionismo, se posiciona el “sangrado libre”, que implica no usar ningún elemento que contenga la sangre y ser consciente de las señales del cuerpo. Como explica una promotora catalana de esta modalidad:

Lo que se aprende con el sangrado libre es a escuchar el bajo vientre y a mover voluntariamente la musculatura para expulsar la menstruación del útero (...) tonifica la musculatura genital y nos hace aprender a moverla a conciencia, lo cual tiene muchos beneficios a nivel de salud: disminución del dolor menstrual, aumento del placer sexual y los orgasmos, y mejora del parto (Viaje al ciclo menstrual web).

Berenise Carballo, facilitadora de talleres de sexualidad para mujeres y pionera en la venta de toallas femeninas de tela en la Argentina, pondera también los beneficios de esta modalidad: “Lo ideal sería estar desnuda, estar con una pollera y en un lugar donde puedas sangrar (...) A mi me ha pasado. Lo más lindo es estar desnuda en el río y poder sangrar, o cuando sentía que me bajaba, me iba al pasto” (Carballo, entrevista de la autora, 2015). Berenise reconoce que esto es posible en un entorno natural o en la casa y por eso, desde el 2003, difunde las toallas femeninas de tela como alternativa, y gestiona su venta bajo el nombre de *Luna roja*.

Si el hecho de usar toallas de tela o la copa menstrual generan sorpresa o bur-las, ante el “sangrado libre” las críticas y el sarcasmo se expanden.¹⁰ El Círculo

⁹ La posibilidad de suprimir la menstruación ya existía cuando se promocionaron las primeras píldoras anticonceptivas; pero en la década de 1960 se consideró demasiado disruptivo eliminar el sangrado y por eso se establecieron los 7 días de descanso entre las tomas.

¹⁰ La acción callejera por el Día de la Higiene Menstrual, en plena zona céntrica de la ciudad de Buenos Aires, fue un buen termómetro para corroborar que, si bien hay menos tabú en relación al ciclo, todavía resulta incómodo y desconcertante toparse con mujeres que hablan sobre la menstruación en público. “Chau tabú. Hablemos de menstruación”. Celebración por el Día de la Higiene Menstrual, anfitriona Maggacup, Plaza Lavalle, Ciudad de Buenos Aires, 28 de mayo de 2015.

de Atenea, de España, que se presenta como una “asociación de mujeres contra el feminismo”, culpa a este movimiento de esta “idea descabellada”:

Como mujeres, necesitamos toda la ayuda extra que podamos tener para llegar a permanecer limpias (“ahí abajo”), tanto para nosotras como para nuestros compañeros de vida. Sin la ayuda de los muchos productos de higiene femeninos que tenemos disponibles para nosotras, nuestro lugar especial sería un páramo intolerable, de olores insoportables, que se descargan, y se acumulan alrededor del día (Círculo de Atenea web).

En relación a los modos de lidiar con las molestias que puede causar el ciclo, también se dan discusiones entre quienes prefieren “silenciar” los síntomas con fármacos y aquellas que abogan por aceptar lo que el cuerpo manifiesta; o, en todo caso, aliviarlo con medicinas naturales o ejercicios. La primera opción es más funcional al mercado de trabajo. Retomando a Emily Martin (1998) y sus estudios sobre el Síndrome Premenstrual, ya no se trata de usar este diagnóstico para expulsar a las mujeres del mundo laboral, pero sí para limitar su crecimiento. Martin propone que, en lugar de pensar en las pérdidas económicas que puede traer la falta de concentración, se enfoque en las ganancias que podrían sacarse si se aprovechan las ventajas de ese “estado”, como pueden ser la mayor creatividad artística, la autenticidad, el relax, e incluso el enojo, como una forma de liberación. Es evidente que para ella, el ciclo femenino genera cambios y que el mismo debiera ser respetado, como se respeta el ciclo solar con sus momentos de sueño, y como se acepta el ciclo de la semana, con sus momentos de ausentismo en empresas con mayoría masculina, sin pensar que medicar a los obreros podría ser la solución para evitarlo (Martin, 1998).

Esto mismo es sostenido por algunas autoras que ven el ciclo menstrual desde sus oportunidades benéficas y hasta liberadoras. Estas lecturas abrevan en fuentes diversas, como la psicología jungueana, la medicina natural, algunos feminismos, la ecología, los estudios de género y los derechos humanos. Jean Shinoda Bolen (1997), Miranda Gray (2010a; 2010b), Clarissa Pinkola (2013), Rina Nissin (1984) y Pabla Pérez San Martín (2008) son algunas de las referentes internacionales ineludibles para quienes se inician en estas búsquedas de alternativas para comprender y vivir la menstruación, con sus trabajos sobre arquetipos, las diosas de cada mujer, la conexión con lo sagrado, con la luna y la ginecología natural, entre otros temas. Dos libros publicados en la Argentina se suman a esta oferta y citan varias ideas de las autoras extranjeras antes nombradas (Inantuoni, 2014 y Von Rebeur, 2012).

En los talleres de menstruación en los que participé, fueron temas recurrentes qué dispositivo usar para atender el sangrado y cómo aliviar dolores o molestias. Las facilitadoras recomendaban seguir una dieta con determinados alimentos y

la exclusión de otros, tizanas, ejercicios; incluso se comentó los beneficios de la masturbación para calmar los cólicos.¹¹ También se corrigió la idea del “dolor de ovarios” y se explicó que es el útero el “centro energético” al que hay que atender.¹² Algunas mujeres se llevaban información sobre la copa o sobre las toallas de tela, o directamente compraban algunos de estos productos en los talleres. Los dispositivos y sus correlatos eran explicitados: opciones “naturales”, “ecológicas”, “saludables”, que ayudaban a las mujeres a vivir su potencial.

¿Un tema de mujeres o una cuestión social?

En las discusiones acerca de los significados de la menstruación y de sus consecuencias en la vida de las mujeres, los feminismos han dejado su impronta. Desde un enfoque igualitarista se afirma que el ser mujer no tiene que ver con la biología, sino con construcciones políticas, sociales y culturales que van trazando lo femenino. Simone de Beauvoir describió el cuerpo femenino como un cuerpo que traiciona, porque menstrua, se embaraza; poseído por el feto, y antes, por los hombres, para reproducir la especie:

En ese período experimenta del modo más penoso que su cuerpo es una cosa opaca que le es enajenada; se siente presa de una vida obstinada y extraña, que cada mes hace y deshace en ella una cuna; cada mes un niño se prepara para nacer, y aborta en el naufragio de los encajes rojos; la mujer como el hombre es su cuerpo, pero su cuerpo es distinto de ella (De Beauvoir, 1987 [1949]:53)

El feminismo de la segunda ola denunció las distintas formas de control sobre el cuerpo femenino, desde los concursos de belleza hasta la imposición de la maternidad, bajo la consigna “mi cuerpo es mío”. La píldora anticonceptiva y el tampón fueron vistos como vías de acceso a esa autonomía, una forma de controlar a la naturaleza. No obstante, esta confianza no era compartida por todas las militantes: la píldora podía ser una herramienta de control poblacional que causaba problemas de salud en las usuarias (Felitti, 2012); y el tampón, un producto de mercado que confirmaba la conveniencia de ocultar la menstruación (Bobel, 2010).

En los Estados Unidos, a fines de los años 1970, comenzaron a cuestionarse

¹¹ Taller “Re-descubriendo los Secretos del Ciclo Menstrual. Re-conectando con nuestro potencial femenino creativo”, coordinado por Manuela Novara, Multiespacio Naturaleza, San Telmo, 26 de Octubre de 2013.

¹² Taller de úteros, coordinado por Berenise Carballo, Palermo, Ciudad de Buenos Aires. 8 de agosto de 2015.

los métodos de fabricación de los tampones, ante la evidencia de la relación que tenían con casos de síndromes de shock tóxicos, algunos mortales. Los reclamos de militantes feministas vinculadas al movimiento por la salud de las mujeres, por mayores medidas de seguridad, encontraban eco también en los grupos ambientalistas, que denunciaban la polución de las industrias del cuidado femenino. Desde un plano más individual, otras feministas, ligadas a la espiritualidad, buscaban recuperar lo positivo de la menstruación, considerándola una fuente de poder femenino, apelando a danzas, rituales y poesías. Un poco más tarde, inspiradas en un *ethos punk*, fueron desarrollándose posiciones más radicales: no había que mejorar la industria de la higiene femenina, sino abolirla. A su vez, en oposición al esencialismo que para ellas aparejaba el espiritualismo, relativizaron la relación entre las mujeres y la menstruación: no siempre las mujeres menstruaban, y no todas las personas que menstruaban eran mujeres, dando muestras de su fuerte vinculación con la teoría *queer* (Bobel, 2010).

Las posiciones del feminismo y del movimiento de mujeres son diversas y ponen el acento en diferentes lugares. Del mismo modo, los significados, creencias y prácticas en relación al ciclo menstrual varían en cada cultura y en cada mujer. La duración del ciclo, la intensidad del sangrado, las señales corporales y anímicas se modifican durante las etapas vitales. La diversidad étnica, de clase, religiosa, de nacionalidad, de edad, también se pone en juego cuando se trata de acceder a la información y a los productos antes enumerados. Ya sea por tabúes morales, religiosos, falta de educación o de recursos económicos, limitaciones comerciales y otras muchas razones, hay mujeres que pueden o no acceder a estos dispositivos.

En general, estas dificultades de acceso no son percibidas como expresión de inequidad social ni de género. En las colectas solidarias se piden alimentos, ropa, pañales, pero no toallas femeninas; y éstas tampoco están incluidas en las ayudas que pueden brindar las organizaciones sociales o los propios gobiernos. Debe decirse también que hay escasez en otras situaciones menos traumáticas. Pocos baños públicos tienen máquinas expendedoras de toallas femeninas o de tampones, y tampoco las aerolíneas disponen de estos productos en los vuelos internacionales. En la Argentina, en el verano del 2015, por cuestiones de política de importación, faltaron tampones y estallaron los debates, y acusaciones, mientras muchas mujeres estaban en las playas y las piscinas. Ese contexto sirvió para poner en discusión el tema y ofreció una oportunidad para promocionar otras alternativas, especialmente, la copa de silicona de fabricación nacional (La Nación, 2015a, 2015b; El Cronista Comercial, 2015; Clarín, 2015)

¿Esta falta de atención hubiera sido igual si los hombres menstruaran? La feminista estadounidense Gloria Steinem, a fines de los 1970, publicó un artículo que daba una respuesta irónica a este interrogante. Según ella, si fuera así, la

menstruación pasaría a ser un evento envidiable; ellos presumirían sobre cantidad de sangre eliminada y la duración del sangrado; los niños marcarían el inicio de la menstruación como prueba de virilidad; el estado financiaría investigaciones para terminar con las molestias; y los suministros sanitarios serían financiados por el gobierno federal y repartidos gratuitamente (Steinem, 1978).

En algunos países, la falta de acceso a suministros puede traducirse en un verdadero obstáculo para el desarrollo de las mujeres. Por ejemplo, estudios de UNICEF han indicado que existe una relación entre la llegada de la primera menstruación y la deserción escolar, de niñas y adolescentes, en varios países. Esto obedece a la falta de acceso a servicios sanitarios adecuados, a productos para controlar el sangrado y a los temores de algunas comunidades de dejar a una niña que ya menstruó en el espacio público, ante la posibilidad de que un embarazo arruine un futuro matrimonio, en culturas donde la virginidad es un bien imprescindible para acceder a él (UNICEF, 2014:59).

Como respuesta a esta problemática se han ido desarrollando diferentes estrategias. Por ejemplo, desde el 2006 la empresa Procter and Gamble sostiene el programa *Protecting Futures. Keeping girls in school* (Protegiendo futuros. Manteniendo a las niñas en la escuela), que apoya a organizaciones locales en países subdesarrollados para que provean educación sobre la menstruación y faciliten la protección sanitaria. Este tipo de propuestas han sido también criticadas por su impacto ambiental: las compresas descartables que regalan pueden tapar los desagües o ser transportadas por animales y ayudar a difundir enfermedades. Por otro lado, las escuelas deberían contar con baños y con agua, algo que generalmente no ocurre. A su vez, existe la creencia de que la sangre expuesta puede lanzar un hechizo, de modo que para muchas niñas sería un problema dejar su toalla higiénica en un contenedor y lo que necesitarían es incinerarlas (Deutsch, 2007).

Ruby Cup, una empresa fundada por tres mujeres estudiantes de una escuela de negocios en Dinamarca, propuso algo diferente. Bajo la consigna “Compra una, da una”, quienes adquieren la copa de silicona colaboran con su distribución gratuita en Kenia. En la página web de la empresa podemos ver a las niñas vistiendo su uniforme escolar y testimoniando su gratitud porque ya no necesitan faltar a clases y destinan el dinero que antes usaban para comprar productos desechables en útiles u otras cosas que necesitan (*Ruby cup* web). Esta alternativa también plantea algunas dudas, ya que para utilizar la copa se necesita tener acceso al agua.¹³ A su vez, las mujeres que han pasado por una infibulación tienen una pe-

¹³ De acuerdo a lo registrado en los talleres en los que participé, es frecuente que quienes usan la copa de silicona lleven consigo una botella de agua, ante la posibilidad de que no haya agua en algunos baños públicos.

queña abertura para la emisión de orina y la descarga de la sangre menstrual, y en esos casos, la copa no puede utilizarse.

Además de estas acciones que se encaran desde el norte global, hay iniciativas desde el sur. En Uganda, el proyecto *Makapads* es apoyado por la Universidad de Makerere y consiste en la fabricación de compresas con papiros, que son abundantes en la zona. Estos se mezclan con papel reciclado a partir de un sistema de producción que requiere muy poca electricidad. Así, *Makapads* apuesta a los recursos locales (naturales y de mano de obra) y la tecnología también local (*Technology for tomorrow ltd web*).

En la India, desde los años 1990, se desarrolla un proyecto de producción de toallas a bajo costo a cargo de Arunachalam Muruganantham, quien fue apodado el “hombre menstrual” en un documental que cuenta la historia de su producto (*Menstrual man* de Amit Virmani, 2013). Este innovador brinda charlas en los ciclos que organiza TED –*Technology, Entertainment, Design*– (*Tedxgateway web*) y ha sido premiado por el presidente de su país (Treibel, 2014). Bastante más cerca, en Costa Rica, William Paer, psicólogo clínico que actúa en los medios de ese país junto con su hija Jill, publicó un libro para derribar los mitos sobre la menstruación, y lo promociona con una original estrategia de marketing. Paer creó un personaje, un superhéroe que se llama *Menstruation Man* (MM), que viste de rojo y que utiliza una enorme toalla sanitaria como escudo protector. Su libro, *Un camino mucho mejor*, se vende en un paquete que incluye el texto, su versión en audiolibro –con 28 pistas, tantos días como abarca el ciclo menstrual– y un disco con sus reflexiones musicales, como “La canción de *Menstruation man*” (disponible en Youtube.com bajo ese criterio) (La Nación, 2014).

En estos tres casos, se trata de varones que abordan el tema y buscan soluciones. Con sus iniciativas “salvan” a las mujeres de los problemas sociales que genera la exclusión por menstruar. Pero no es necesario irse al África o a la India para pensar en las dificultades que puede vivir una niña que ya tuvo su menarquía durante su escolaridad. En muchas escuelas de la Ciudad de Buenos Aires, el pedir permiso para ir al baño con una carterita en la mano es un claro símbolo de estar menstruando y eso suele causar vergüenza; no siempre hay papel higiénico ni tachos de basura en los sanitarios; no está permitido dar analgésicos sin autorización, y si la sangre mancha la ropa, no hay otra para cambiarse. A esto se suman los comentarios de los varones quienes, excluidos de las charlas de preparación que da la escuela o las empresas, manejan mitos y fantasías. Magdalena Rohatsch entrevistó a adolescentes sobre sus experiencias con el ciclo menstrual y una de ellas le contó: “nos preguntan ‘¿qué se siente que te chorree el churrasco?’. Algo así dicen. O si no, te dicen ‘estás histérica, ¿te vino?’ y te empiezan a preguntar ‘¿cómo hacés?, ¿no te da impresión?’ y todo eso, pero en forma de burla” (Rohatsch,

2013:7). Hay más información, hay más productos, pero por diferentes motivos hay niñas, niños y jóvenes de géneros indistintos que no acceden a ellos.

Opciones “eco-lógicas”: toallitas de tela en Buenos Aires

Como señalé en la introducción, en la Argentina, como en otros países de América Latina, cada vez más mujeres –generalmente jóvenes, de clase media, con estudios superiores terminados o en curso– están eligiendo productos alternativos a los que propone la industria de la higiene femenina. En la mayoría de los casos, la búsqueda de un producto diferente a las toallas industriales o a los tampones es parte de una reflexión profunda, que pone en cuestión los significados de lo femenino a partir de la exploración del propio cuerpo. Estas mujeres han investigado sobre el (su) ciclo menstrual, las ventajas y desventajas de cada producto, las consecuencias en la (su) salud y los significados asociados a la sangre, la tierra, la luna. Para dar con esos productos han tenido que indagar –entre amigas, en la web, en ferias sustentables, en negocios bio– a diferencia de quien consume productos industriales y sólo necesita ir al supermercado por ellos.

“Toallas femeninas ecológicas” es un directorio virtual en donde pueden registrarse quienes las confeccionan o las venden en distintos países.¹⁴ Para Argentina, el directorio enumera 13 emprendimientos que fabrican y comercializan toallas de tela y la copa menstrual fabricada localmente, *Maggacup*. Si bien cada propuesta tiene sus peculiaridades, existen elementos en común: la preocupación por el medio ambiente, por la salud de las mujeres y la importancia que les adjudican a las energías –de la Tierra, la Luna, el Universo–. Cada emprendimiento ofrece productos y servicios que están a la venta con un valor monetario en dinero, aunque hay un esmero por alejarse del lenguaje comercial y explicar en detalle la formación del precio.¹⁵ Justamente, para marcar una diferencia, en algunos casos se enseña a fabricar las toallas de tela para que quien no tenga posibilidad o deseo de comprarlas, pueda igualmente usarlas. Veamos algunos ejemplos con mayor detalle.

¹⁴ Hay datos de África, Argentina, Austria, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela (*Toallas femeninas ecológicas* web)

¹⁵ En las convocatorias para los talleres sobre el ciclo menstrual, el huevo de obsidiana, la sanación del útero o temas conexos, no se habla de pagar un arancel sino de “bonos de reciprocidad” o “costos de inversión”. En uno de los círculos de mujeres al que asistí, la coordinadora anunciaba el valor de una “retribución sugerida (no excluyente)” por email y en facebook, y en el lugar colocaba una pequeña caja de madera sobre una mesa –a la que llamaba “caja de la abundancia”–, para que cada participante dejara allí lo que pudiera o quisiera. En otra actividad organizada por la misma joven, sus comunicaciones hablaban del “valor del intercambio”.

Luna Roja publicita sus productos y actividades invitando a proteger la salud de las mujeres, a cuidar el planeta y a recuperar el significado positivo de la menstruación: “Cambiando: polución por nutrición... de la ignorancia que destruye a la consciencia que da Vida... de la vergüenza que esconde, al orgullo de sacar los trapitos al sol... del basurero a la Tierra con amor!” (*Luna roja* web). Berenise Carballo es la creadora de estas toallas ecológicas que, según relata, fueron las primeras que llegaron a Sudamérica, en 2003. Berenise las conoció viviendo en México, cuando una amiga trajo de Canadá las que hacían las activistas de *Blood Sisters*, las activistas menstruales canadienses que analiza Chris Bobel en el libro antes citado. Ella explica de este modo su actividad y las dificultades al comienzo:

Si querés hacer plata no haces toallitas. Si no hubiese estado tan apasionada, sintiendo que es un servicio, una misión de difusión, no hubiese persistido. Yo me ponía a vender toallitas en Plaza Francia 10 años atrás. Me la pasaba hablando y vendía un *kit* de toallitas en todo el fin de semana, pero mi triple fuego apasionado me llevó a quedarme ahí (...) En el 2004, 2005 y 2006, ponías el puesto ahí, era para llevar la cámara y filmar, ¿qué es esto?. No entendían, como si fuera un OVNI. Muchos la agarraban y decían ¿qué lindo, ¿qué es?. Y cuando les decías, la tiraban o se les transformaba la cara. ¿Qué asco y te la dejaban. Una mujer estaba indignada, que era un horror, volver atrás, me tocó a mí ponerle a mucha gente este objeto delante de sus ojos. Realmente no estaba preparado ni un 5 % para esta información (entrevista de la autora, 2015).

En su blog hay artículos, ejercicios, información sobre círculos de mujeres, talleres que ella misma ofrece, sobre el trabajo con el huevo de obsidiana y venta del mismo, así como un video tutorial para poder fabricar las toallitas en la propia casa (*Luna roja* web). En la entrevista que le realicé ella cuenta sobre el “trabajo” que le llevó emprender la venta de las toallitas –hacerse un blog, relacionarse con el dinero– y también distanciarse de un discurso más “de lucha”, “del enojo”, “de la pelea” que tenía el grupo canadiense, que ella al comienzo traducía:

Con el tiempo ya no me resonaba, eso era viejo para mí. Sí siento desde lo ecológico, desde lo económico, desde lo sano. Es mucho mejor una toallita de tela que una industrial. Pongo esa información pero no pongo ‘porque con las toallitas te vas a contaminar’. Siento que es un lenguaje que no tengo ganas de compartir. No me voy a poner a pelearme con las industriales. Yo te puedo decir esta opción pero no voy a poner ‘porque las industriales... y no sé qué...’ (Entrevista de la autora, 2015).

En el caso de “Recibe tu Luna”, su web anuncia la venta de “Lencería Íntima Absorbente”: “una solución natural para vivir tus ciclos en amor-armonía” y “una Alternativa Sana para tu Cuerpo y para Mama Tierra” (*Recibe tu luna* web). La introducción del registro del amor fisura el discurso médico hegemónico, aunque la invocación no se borra: en uno de sus folletos se aclara que están “recomendadas por Médicos Profesionales”. La propuesta es un producto ecológico, saludable –porque evita irritaciones, alergias, infecciones, hongos, que puedan asociarse a enfermedades, algunas graves, como el cáncer–, y también emancipador: “El cambio a las toallitas de tela te brinda todo un sentido de libertad” (*Recibe tu luna*, folleto). Su uso combina así la posibilidad del bienestar personal, y también del bien común, en tanto las consumidoras colaboran con la tarea de cuidar el medio ambiente. “Artemisa” es otro emprendimiento de toallas femeninas de tela que arenga “Seamos eco-lógicas siendo Una con la Madre Tierra. Cuidarla es cuidarnos!” (*Artemisa*, folleto)

Quienes fabrican y comercializan estas toallas de tela saben que existen dudas sobre su capacidad de absorción, la practicidad del proceso de lavado y también sobre el precio que, en principio, resulta más elevado que el de las toallas industriales. Ante comentarios que indicaban desbordes, algunas marcas diversificaron los tamaños y agregaron más capas de tela, construyeron canales con costuras y le agregaron alas, reproduciendo así el formato de las toallas industriales actuales pero en tela. Estas innovaciones procuran marcar la diferencia con los paños de la “época de nuestras abuelas”. Sus creadoras destacan el diseño anatómico, la “cuidadosa selección de telas”, la variedad de colores y de motivos. Los avisos también insisten en remarcar que el lavado es muy sencillo: se recomienda ponerlas en agua fría por varias horas, luego colocarlas en el lavarropas o terminar de lavarlas con jabón, sin necesidad de fregarlas o sólo “apenas”. Y en relación a esto surge una recomendación que va más allá de la información práctica sobre el producto: usar el agua del primer remojo para regar las plantas. En el sitio web de *Recibe tu luna* se explica que esa agua es “la preparación de tu cuerpo para recibir un bebé mes a mes, un fluido muy nutritivo, puede volver a la Tierra, y es un excelente abono para las plantas...”, marcando así una relación directa entre la menstruación y la maternidad, en este caso trunca (*Recibe tu luna*, web).¹⁶

En el sitio también se explica que, si se está afuera de casa, se puede guardar la toalla en una bolsita, que al ser de tela, no generará olor; aclaración que se acerca al discurso del disimulo de las toallas industriales. Podemos suponer que incluir

¹⁶ El compositor y cantante guatemalteco Ricardo Arjona es autor de un tema musical –De vez en mes– que construye una relación directa entre menstruación y maternidad: “De vez en mes/La cigüeña se suicida/ Y ahí estás tú tan deprimida/ Buscándole una explicación/ De vez en mes/El cielo te roba el milagro...” (Arjona, 1995).

esta información obedece a una inquietud real de las algunas mujeres, tensionadas por la invitación del mismo sitio a no sentir vergüenza y preocupadas por el aroma que surgirá de su bolso. Otra cuestión que se aclara es el costo. Un kit alcanza un precio más alto que lo que se paga por productos descartables en un mes, pero las toallas de tela tienen una duración mayor. Además, para estos emprendimientos lo importante no es sólo pensar en el precio sino en lo que significa esta opción: “cambia EcoNomía por Ecosínuestra” (*Recibe tu luna* tienda nube).

En el sitio de *Recibe tu luna* encontramos preguntas de mujeres interesadas en conocer el producto, opiniones de otras que lo conocen y recomiendan, y algunas –menos– que plantean dudas, o directamente, críticas. Estas se concentran en la cuestión del olor y las dificultades del lavado; las toallas son vistas como un retroceso, lo mismo que los pañales lavables. *Recibe tu luna* ha respondido a estas críticas apelando a la diversidad de mujeres y de experiencias que cada una tiene: “Muuuchas chicas te podrán contar que no es tan horrible para ellas como para vos, es más, muchas veces es una experiencia de reconexión muy bella!... como verás, es todo cuestión de enfoque!”. Otras usuarias que defienden el producto se suman con más belicismo: “No es una privación usar esto en vez de la opción cómoda y fácil de la góndola...”. Otra dice: “Leí los comentarios que ya hay y sólo pido respeto, como hay personas a las que les encanta seguir contaminando a este mundo, hay otras que queremos hacer algo bueno por él...” (*Recibe tu luna* web). En estos intercambios quedan expuestas las acusaciones mutuas. Las que critican las toallitas piensan que sus promotoras son retrógradas, que no miden las exigencias que implica usarlas, y que exageran sus bondades. Quienes las defienden consideran que sus detractoras son individualistas, cómodas y que no tienen en cuenta el daño que causan al medio ambiente y al futuro de la humanidad. Para las partidarias de las toallas de tela, éstas son, junto con las esponjas marinas o la copa de silicona, las únicas alternativas (eco)lógicas.

Flor de luna es otro emprendimiento cooperativo radicado en la provincia de Córdoba. Una vez más la interpelación es hacia las “mujeres eco-lógicas”. Aquí, las conexiones espirituales quedan más expuestas: las creadoras son “mujeres buscando conectarnos con nuestro ser profundo”, que creen que:

Cambiar los hábitos de consumo en tiempos de menstruación nos ayuda a cambiar nuestra perspectiva en relación a la feminidad. Nos ayuda a respetarnos y querernos más como mujeres, mientras que aportamos a la salud de Gaia, de la Pacha Mama (*Flor de Luna* web).

En su diagnóstico, la industria de toallas y tampones descartables está “pensada desde un modelo patriarcal que busca desechar y ocultar las particularidades de la

feminidad”, y se alimenta “de la explotación de lxs trabajadores y de la naturaleza”. El uso de la “x” como forma no sexista, la referencia al patriarcado y a la explotación capitalista, le da un tono particular a esta propuesta. La formación del precio se presenta en detalle, como resultado de la combinación del costo de los materiales, el tiempo que se utilizó, la duración del producto, teniendo en cuenta que sea accesible para la mayor cantidad de personas y dejando abierta la posibilidad de negociación directa con “lxs consumidorxs”. En este sitio, para asistir a los cursos de conocimiento femenino se requiere abonar el “costo de inversión” (*Flor de luna* web).

Adamah es otra propuesta de toallas de tela que no tiene venta virtual, sino un puesto en la Feria de Consumo Responsable, que se suele realizarse los domingos en Avenida Presidente Julio A. Roca al 500 (entre Bolívar y Perú) en la Ciudad de Buenos Aires. Además de las toallitas, su gestora vende un libro fotocopiado de 8 páginas, que explica la relación de la luna con el ciclo menstrual; informa sobre las hierbas que son beneficiosas para aliviar malestares; y presenta reflexiones sobre los aspectos positivos de la menstruación. También se ofrece un molde para que cada mujer pueda diseñar sus propias toallas (*Adamah*, folleto).

Con este último objetivo se realizó un taller de confección de toallitas ecológicas de tela en una huerta comunitaria del barrio porteño de Saavedra.¹⁷ El día del encuentro fue un domingo lluvioso, poco después de la hora del almuerzo. La coordinadora del taller llegó con su bicicleta y sus materiales, pero la persona encargada de abrir el espacio no se presentó. Eso hizo que la charla, con ella y otros dos jóvenes que habían visto por Facebook el anuncio, se desarrollara en la vereda, debajo de un árbol para cobijarnos de la garúa. Para las tres, asistentes y organizadora, usar toallas de tela era una forma de proteger el planeta. No tenían lecturas feministas previas o reflexiones sobre cuestiones de género que acompañaran este objetivo.¹⁸ Una de las chicas comentó la crítica que recibió de su madre, quien no entendía cómo ella que tenía a su alcance toallas industriales y tampones quería volver a usar “cosas del pasado”. La coordinadora comentó que ese era un prejuicio frecuente y relató otra situación personal: una vez mientras andaba por la calle, comenzó a menstruar y, sin toallitas de tela a mano, tuvo que comprar unas industriales. Usó una con mucha culpa y ya en su casa dejó el paquete, sin volver a tocarlo.

¹⁷ La invitación me llegó vía Facebook, a través de una estudiante que también fue a observar la experiencia. El texto decía que no era bueno tener sólo dos opciones, toallitas o tampones, porque eran malos para el medio ambiente; incluso se decía que los tampones estaban diseñados para generar mayor hemorragia y así tener que comprar más tampones. El texto estaba elaborado en base al libro hecho por la F.A.P. (Federación Anarco Punk) de España, D.I.Y. (*Do It Yourself / Hazlo tu mismx*) (*Cucoco* web).

¹⁸ Taller de confección de toallas ecológica, Espacio CUCOCO, Saavedra, Ciudad de Buenos Aires, 7 de octubre de 2012.

Esta anécdota, así como las intervenciones en la página de *Recibe tu Luna* que antes describí, ponen en escena algunos de los sentimientos que generan los productos ecológicos para la menstruación. Si siguen los enunciados que los promocionan, muchas mujeres no pueden evitar verse como protectoras o salvadoras del medio ambiente, facilitadoras de la toma conciencia global, o bien, culpables de la contaminación, ya sea por su comodidad, inconsciencia o falta de entrega. Volveré sobre este punto más adelante.

La copa argentina

Varias de las vendedoras de toallas de tela también recomiendan la copa de silicona, y suelen venderla. Hasta hace poco, en Argentina sólo podían comprarse modelos importados; pero desde el 2013, la organización social y comercial Cíclica fabrica *Maggacup*, “la primera copa menstrual reutilizable fabricada en la Argentina”. Las impulsoras de esta iniciativa son Luciana Comes y Clarisa Perullini. Ambas eran usuarias de copas fabricadas en otros países y esta experiencia les había facilitado una conexión diferente con su ciclo, y por eso quisieron volverlo un producto accesible para más mujeres.

Clarisa es psicóloga y maestra, trabajó en proyectos de educación sexual en escuelas, desde la psicología comunitaria, con madres de niños en situación de discapacidad. En esos espacios de intercambio aparecían temas vinculados al cuidado y al registro de lo femenino, entre ellos, la menstruación. Estas experiencias laborales y sus propias búsquedas la hicieron interesarse cada vez más por el tema de la menstruación e indagar en alternativas. En una entrevista que le realicé antes de que la copa estuviera en el mercado, ella me comentaba que su principal motor había sido esta cuestión social, el empoderamiento de la mujer, la protección de su salud, registrar la conciencia de lo femenino –y no sólo, ni principalmente, lo ecológico–. Se trataba de abordar la fragmentación social desde la fragmentación con el cuerpo; buscaba que la experiencia primero pasara por el propio cuerpo, y luego se tradujera en los grandes movimientos externos: “Si sabemos que lo externo es una manifestación de lo interno, hay algo como un salto muy violento hacia la ecología y no pararse en un lugar para mí previo. La mujer feliz, empoderada y con otras mujeres” (Perullini, 2012).

¿Quiénes son las mujeres que se acercan a estas ideas? Según Clarisa se trata de

Mujeres que están comenzando a vincularse, que en esas vinculaciones espirituales, físicas, alimentarias o de conciencia planetaria encuentran que la menstruación, como la respiración, son leyes del universo manifestándo-

se en lo individual y en lo colectivo. No son sólo de clase media, son personas que están en el soporte social, que no es sólo la cuestión del recurso. Lo otro es la pobreza de red más que de recurso económico. Son mujeres que en general tienen un empoderamiento social que les da una base mínima para los procesos de conexión (Perullini, 2012).

Por eso, para reafirmar esas redes, para *Maggacup* las revendedoras tienen un rol clave. La copa es pensada como medio y no como fin: “La copa en sí misma no es nada, es simplemente estos espacios de abrir, de sensibilizar, de concientizar, de generar fuentes de empleo” (Perullini, 2012).¹⁹ Para materializar sus intenciones, tanto Clarisa como Luciana debieron adentrarse en el mundo de la “empresa”, primero con temores y luego con sorpresa, ya que encontraron una “sensibilidad inesperada”. En su trabajo dieron con empresas preocupadas por el medio ambiente, por la salud y bienestar de sus integrantes. En el caso de las mujeres, si en los siglos pasados la menstruación podía ser la excusa para expulsarlas del mercado de trabajo, en algunos espacios laborales se la está poniendo en valor. De hecho, Clarisa Perullini me comentó sobre el dictado de talleres sobre la menstruación, en empresas que estaban vinculadas a la sustentabilidad y a la ecología, con varones con apertura para preguntar, a veces más que las propias mujeres (entrevista de la autora, 2012)

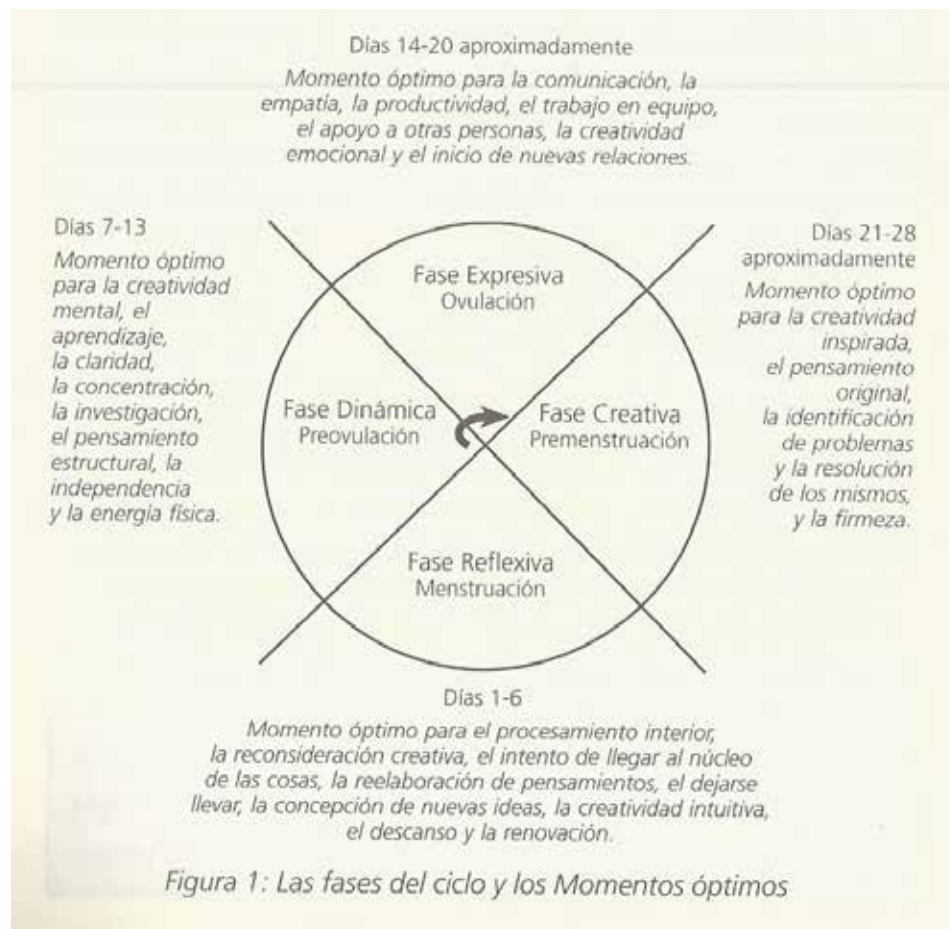
Miranda Gray, profesora de terapias alterativas, maestra de reiki y autora, entre otros títulos, de *Luna roja* –referencia ineludible para quien se adentra en este campo– lo expone claramente en su “Plan diario de la mujer cíclica”. Este plan invita a “sacar partido” a los momentos óptimos de cada fase en la que se divide el ciclo menstrual (creativa, reflexiva, dinámica, expresiva) e interpela directamente a los hombres y, entre ellos, a los empleadores. En su libro *Momentos óptimos de la mujer. Emplea el ciclo menstrual para alcanzar el éxito y la realización personal*, el último capítulo está dirigido a ellos (“Lo que los hombres tienen que saber”), a quienes saluda del siguiente modo: “...Enhorabuena por empezar a leer este capítulo! Deduzco que tienes pareja femenina o que trabajas con mujeres” (Gray, 2010:265).²⁰ Allí se presentan las fases, que hacen a la “mujer cuatro en una”, y los modos de comunicación más apropiados para cada momento. La clave está en reconocerlos y actuar según corresponda, teniendo en cuenta que no sería adecua-

¹⁹ Para mayo de 2014 la empresa anunciaba que ya eran más de 3000 usuarias, más de 10.000 seguidores en la fan page y más de 50 revendedoras (Charla debate Día Mundial de la Higiene Menstrual, 2014).

²⁰ El libro original fue publicado en Gran Bretaña en 2010 con otro título, mucho más explícito que en español: *The Optimized Women. Using the menstrual cycle to achieve success and fulfillment*.

do preguntarle a una mujer en cuál momento del ciclo se encuentra, y que además, muchas de ellas tampoco lo sabrían, ya que “ignoran sus habilidades cíclicas” (Gray, 2010:273). Vale la pena la transcripción de un ejemplo:

Si deseas un informe por escrito, una manera de conseguirlo sería proponerle desde cuatro puntos de vista diferentes y ver qué idea recibe la mujer con seguridad y entusiasmo. Podrías plantearle distintas sugerencias y a partir de su enfoque deducir en qué fase se encuentra: que recopile y estructure una lista de observaciones e información detallada (Fase Dinámica); que se decante por un enfoque dirigido a los demás (Fase Expresiva); que se valga del informe para identificar problemas y soluciones creativas (Fase Creativa) o que redacte un informe general centrado en los valores básicos de la empresa (Fase Reflexiva) (Gray, 2010:274).



Fuente: Gray, 2010:16.

Con estos caminos recorridos, *Maggacup* se propuso atender varios temas: el cuidado de la salud de las mujeres, el cuidado del planeta y algunas problemáticas sociales específicas. Como parte de su trabajo en red, firmó un acuerdo con el Banco de Bosques –una fundación que facilita la compra minorista de hectáreas–, que establece que, con cada copa *Maggacup* que se compra, se “salva” un metro cuadrado de selva misionera.²¹ El 28 de mayo de 2014, en el contexto del Día Mundial de la Higiene Menstrual y el estreno mundial del documental *Monthlies*,²² *Maggacup* organizó la proyección del documental en un salón de una escuela católica del barrio de Congreso, en la Ciudad de Buenos Aires, y una charla debate posterior.²³ Más de 100 personas estuvieron presentes en el evento, la mayoría, madres jóvenes con sus bebés e hijos pequeños, pero no tantas niñas púberes y adolescentes, público al que se dirige más específicamente el documental.

Ahí estuvo Ezequiel Ezcurra, director del Banco de Bosques, quien explicó la inimaginable relación para la mayoría de la sociedad entre el tampón y la selva misionera: para fabricar un tampón se usa pasta fluff que proviene del cultivo de pino; para plantar los pinos se elimina parte de la selva. Los números que arrojaba eran contundentes: el 60% del peso de las toallitas y los tampones es pasta fluff; en un año las mujeres argentinas consumen 10.140 toneladas de pasta fluff en toallitas y tampones; en un año, las mujeres generan 3.380 millones de unidades en toallas y tampones como residuos.²⁴ El problema estaba claro y la solución también: usar la copa. En su discurso hubo una frase que llamó fuertemente mi atención: cuando explicó que debía retirarse de la presentación rápido porque tenía que ir al Congreso de la Nación a presenciar el debate de una ley que afectaba al bosque chaqueño, se excusó y exclamó: “estoy bastante histérico por toda esta situación”. Claramente es un vocablo que se utiliza en el habla cotidiana, usualmente para descalificar o marcar la exageración de un estado anímico “alterado”.

²¹ Este avance de hectáreas “salvadas” se puede seguir paso a paso en el sitio del Banco de Bosques, y cada donante puede saber exactamente dónde está ese “pedacito” de planeta que se salvó gracias a su aporte (*Banco de Bosques* web).

²² *Monthlies* (2013) es la segunda parte del documental *La Luna en Ti* (2010) de Diana Fabiánová. Especialmente pensado y realizado para las y los adolescentes, presenta declaraciones de niños y niñas de 11 a 16 años de edad, acerca de sus experiencias con la menstruación, la celebración ritual de una niña de la India y la presentación de otros rituales alrededor del mundo; el testimonio de una médica y relatos animados. Puede verse de forma gratuita, subtítulo en diferentes idiomas, en la web.

²³ Una de las panelistas invitadas fue Dora Barrancos, reconocida académica feminista que envió sus palabras en un video. Las otras panelistas presentes fueron Viviana Tobí, psicóloga y sexóloga, Sandra Magirena, ginecóloga infanto juvenil y Claudia Teodori, socióloga.

²⁴ Estos datos pueden encontrarse en el perfil de facebook de *Maggacup*.

Más allá de su uso extendido, la expresión hubiera sido disruptiva en un encuentro feminista; en ese evento y en medio de tantas mujeres, no generó una reacción, al menos pública.

Ese mismo día, en la voz de Clarisa Perullini, la veta social apareció más marcada: ella habló de las mujeres que no tienen recursos sanitarios para gestionar la menstruación, en términos de exclusión, de deserción escolar, de ausentismo laboral. También hizo referencia al derecho a la educación sexual, la dignidad humana, la participación social de las mujeres; incluso mencionó que a pocas cuadras, en la Plaza de los Congresos, se estaba realizando una concentración en reclamo del tratamiento de proyecto que propone el aborto legal y gratuito en la Argentina.²⁵

Esa mirada más integral sobre la copa resguarda también la libertad de las mujeres, el respeto por sus decisiones. Clarisa lo había planteado así cuando la entrevisté por primera vez y le preguntaba su opinión sobre determinada militancia más dura: “Proponer líneas directrices tan extremas no son inclusivas. Yo trabajo con discapacidad y todo lo que plantea un objetivo de 10 es violento; hay que ver lo que es posible para cada persona en cada lugar.” Para ella, usar una toalla industrial, a veces, no debería verse como una traición o una muestra de debilidad:

La lavada de cabeza del daño que hacemos las mujeres genera una contaminación, porque esas son las órdenes de la contaminación, no las que mandas para afuera sino las que mandas para adentro. Y decir que todo lo que veníamos haciendo las mujeres estuvo mal también es muy infantil y es como un fanatismo que no construye en absoluto. Reconocer, reivindicar, agradecer esto de los legados; poder tomar y agradecer a esas mujeres que hicieron, pudieron y aplicaron en ese momento, en la cosmovisión que había; todo eso hoy nos da la posibilidad de estar acá (Perullini, 2012).

En este evento, una vez más, se ponía claramente en evidencia como en torno a la menstruación convergen diferentes intereses, del lado de quienes ofrecen productos, como del lado de quienes los demandan. La diversidad que se da entre el público que asiste a estos eventos, o que compra una toalla de tela o la copa menstrual, expresa necesidades y búsquedas disímiles, tan diversas como los motores de quienes proponen alternativas del lado de la oferta.

²⁵ El 28 de Mayo es recientemente el “Día de la Higiene Menstrual”, pero desde 1987 se conmemora el “Día Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres”. Esto fue decidido en 1987 durante el *V Encuentro Internacional de Salud de las Mujeres* en San José de Costa Rica. Durante la reunión, las integrantes de la Red Mundial de Mujeres por los Derechos Reproductivos plantearon la urgencia de luchar por lograr mayor participación en las políticas públicas en el área de la salud de las mujeres (*Red Mundial de Mujeres por los Derechos reproductivos web*).

Conclusiones

En el siglo XXI las mujeres cuentan con una amplia variedad de productos para vivir sus menstruaciones. A la oferta de toallas higiénicas industriales y tampones se sumaron –o regresaron– las toallas de tela y las copas menstruales. Diferentes fármacos y tizanas naturales se promocionan como paliativos para los dolores y molestias, además de ejercicios de relajación, o incluso, la recomendación de masturbarse.²⁶ Sitios web y grupos de facebook conforman un campo de indagación inagotable, se tejen redes densas, aunque el universo de significados es similar, lo mismo que las imágenes (de diosas, fuego, árboles) y las lecturas inspiradoras (*Mujeres que corren con lobos*, *Luna roja* y tratados de ginecología natural, etc.). Esta recuperación del ciclo menstrual como algo positivo, que invita a conectarse, a vivir con mayor plenitud el ser mujer, cuestiona las formas en que tradicionalmente se había considerado y vivido la menstruación. El foco no son los aproximadamente 5 días que dura el sangrado, sino el ciclo total de 28 días.

Las propuestas aquí analizadas responden a distintos propósitos: cuidar la salud de las mujeres ante el peligro de ciertos procesos industriales que intervienen en la fabricación de tampones y compresas; facilitar su inclusión social, al evitar el ausentismo escolar y laboral; propiciar el autoconocimiento corporal; oponerse desde emprendimientos locales y a pequeña escala (incluso personales) a las grandes marcas de la higiene femenina y, con ellas, al sistema capitalista y sus corporaciones; ser parte de los movimientos ecologistas que advierten el daño que causan toallitas y tampones para el mantenimiento de los bosques, y del ecosistema en general. En algunos ejemplos de otros países son varones quienes se ocupan de sostener las alternativas. Ellos “salvan” a las mujeres, mientras las mujeres, con su sangre, “salvan” a sus comunidades (al generar empleo) y al planeta (al no usar productos contaminantes).

En la Argentina, las iniciativas son femeninas. Mujeres jóvenes fabrican, difunden, promocionan y venden toallas femeninas de tela y la primera copa menstrual fabricada en este país. Ante el escepticismo de las personas no iniciadas en estos recorridos, los sitios web que venden toallas de tela resaltan que no se trata de volver al pasado, cuando la menstruación era una verdadera incomodidad. Hay diseño, calidad, practicidad en el producto, y no se trata de una mercancía más. En los avisos es clara la preocupación por hacer que esa oferta comercial no sea vista solamente como eso. Para ello, explican detalladamente la formación del precio y enseñan cómo fabricarlas; el *know how* se socializa.

²⁶ Taller *Re-descubriendo los Secretos del Ciclo Menstrual. Re-conectando con nuestro potencial femenino creativo*, Multiespacio Naturaleza, San Telmo, 26 de Octubre de 2013.

En el caso de la copa menstrual, el discurso ecologista se combina con una preocupación social: el volverla accesible a la mayor cantidad de mujeres posible. El anclaje con el medio ambiente se plasma en el acuerdo con el Banco de Bosques, con la generación de espacios de intercambio y la producción de un objeto con costo más accesible, en comparación con el importado. Tanto la copa como las toallas de tela facilitan la conservación de la sangre menstrual, que puede usarse como abono para las plantas, tinturas que curan heridas, o bien, como pintura para el “arte menstrual”. La sangre adquiere un valor y no necesitaría ya ocultarse –aunque no encontré en los sitios web de la Argentina evidencias de una corriente organizada a favor del libre sangrado, opción que genera mucha más oposición y resistencias–.

A diferencia de lo que puede saberse sobre Canadá (Bobel, 2010), no se trata de acciones que podríamos ubicar dentro del eco-feminismo, ya que ninguna de las iniciadoras de estos emprendimientos se identifica como feminista. Esta corriente del feminismo nació bajo una impronta esencialista. El construccionismo, en cambio, critica fuertemente que el ser mujer sea un hecho natural, resultado de su biología. No está en la naturaleza de las mujeres el militar por la paz o cuidar más que los varones el medio ambiente. Lo que sucede es que ellas siguen un mandato social que las alinea con un rol maternal de cuidado y protección. Cuando las mujeres cuidan el agua, lo hacen porque son ellas quienes caminan muchos kilómetros para conseguirla. Hay una base material que explica esa relación. En ese sentido, como señala Jules Falquet (2011), el ecofeminismo deja el esencialismo y puede ser una reflexión radical a propósito del futuro de la humanidad, que cuestiona la dimensión racista de la organización mundial del trabajo, de la producción y del consumo.

Es evidente que la mayor contaminación planetaria viene de los plásticos, pesticidas, armas nucleares, las industrias que están manejadas por los hombres, como el sector militar industrial (Falquet, 2011). Cuando el acento se pone en la cantidad de desechos que una mujer produce a lo largo de su “vida menstrual” –y se silencian los efectos del papel higiénico, pañuelos descartables y servilletas de papel, que son utilizados también por los varones– se reactiva la pregunta sobre qué sucedería si los varones menstruaran. Mientras se procura afirmar que la menstruación es positiva, cuando se critican las formas en las cuales, desde hace al menos 100 años, millones de mujeres la atienden, el discurso muta, del terreno de la libertad al de la responsabilidad o el de la culpa.

Tener en cuenta esto es clave para que el movimiento de recuperación de la sangre menstrual no termine por generar una nueva imposición, nuevos dogmatismos y obligaciones para las mujeres, algo que también sucede con los modelos de maternaje que, además del compromiso con el bienestar del niño, apuntan a la

ecología.²⁷ Clarisa Perullini, cuando se refería a *Maggacup*, enfatizaba que más importante que usar o no la copa era preguntarse sobre eso que nos pasa cuando menstruamos.²⁸ En un contexto hipertecnologizado y de hiperconectividad, en el cual el contacto con la naturaleza es cada vez menor, lo mismo que el tiempo de conexión del individuo consigo mismo, estas exploraciones se vuelven potentes y abren caminos de liberación, pero también de los otros.

Recibido: 15/10/2014

Aceptado para publicación: 13/07/2015

²⁷ Algunas de las empresas que venden toallas de tela también venden pañales de tela. Recordemos lo que Elizabeth Badinter (2010) decía al respecto de la “buena madre ecológica”, aquella que quiere dar a luz en casa, desconfía de cesáreas y anestesias, lava ella misma los pañales para proteger el planeta y da el pecho a demanda. Esas prácticas van dando forma a un nuevo modelo que, al tiempo que propone empoderar a las mujeres, las va sujetando a otras exigencias.

²⁸ Clarisa comenzó a recibir comunicaciones de usuarias de la copa, quienes le comentaban sus experiencias. Eso la llevó a organizar un ciclo de 4 talleres que focalizaban en la posibilidad de repensar la propia menarquía y legar recorridos, a otras niñas y jóvenes. *La nena se hace señorita. Qué le digo? Qué hago? Ciclo Psico educativo*. Espacio Caliu, Ciudad de Buenos Aires, 11 de octubre, 2014.

Referencias bibliográficas

- BADINTER, Elizabeth. 2010. *Le conflit: la femme et la mère*. Paris: Flammarion Lettres. 256 p.
- BOBEL, Chris. 2010. *New Blood. Third. Wave Feminism and the Politics of Menstruation*. Rutgers University Press. 272 p.
- CARBAJAL, Mariana. 2013. "Cómo vender un tabú. Entrevista con Eugenia Tarzibachi". Suplemento *Las 12*, *Página 12*, 1 de septiembre.
- DE BEAUVOIR, Simone. 1987 [1949]. *El segundo sexo. Los mitos y los hechos*. Santiago: Siglo XX. 309 p.
- DEUTSCH, Claudia H. 2007. "A Not-So-Simple Plan to Keep African Girls in School". *The New York Times*, 12 de noviembre. Disponible en: http://www.nytimes.com/2007/11/12/giving/12GIRLS.html?_r=0
- ELIAS, Norbert. 1994 [1939]. *El proceso de la civilización. Investigaciones Sociogenéticas psicogenéticas*. México: FCE. 674 p.
- EHRENREICH, Barbara & ENGLISH, Deirdre. 2005. *For Her Own Good: Two Centuries of the Experts Advice to Women*. NY: Anchor. 410 p.
- FELITTI, Karina. 2012. *La revolución de la píldora. Sexualidad y política en la Argentina de los sesenta*. Buenos Aires: Edhasa. 224 p.
- FELITTI, Karina. 2015. "La bendición de sangrar: dimensiones espirituales del activismo menstrual y sus tecnologías". Ponencia presentada en las *XVIII Jornadas sobre Alternativas Religiosas en América Latina*, Asociación de Cientistas Sociales de la Religión del Mercosur, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNCuyo, 16-19 de noviembre.
- FALQUET, Jules. 2011. « Ecofeminisme : naturalisme ou révolution? ». En : MARCONDES Lia (coord.) *Eau et féminismes. Petite histoire croisée de la domination des femmes et de la nature*. p. 131-149. Paris: La Dispute.
- UNICEF. 2013. *Simple solutions to keep girls in school in Bangladesh*. Disponible en http://www.unicef.org/infobycountry/bangladesh_70622.html;
- GRAY. Miranda. 2010a. *Momentos óptimos de la mujer. Emplea el ciclo menstrual para alcanzar el éxito y la realización personal*. Madrid: Gaia. 287 p.
- GRAY. Miranda. 2010b. *Luna Roja. Emplea los dones creativos, sexuales y espirituales del ciclo menstrual*, Buenos Aires: Gaia/Grupal, 256 p.
- INANTUONI, Jimena. 2014. *Lunáticas. La vuelta al mundo en 28 días*. Buenos Aires: Grijalbo. 192 p.
- JACOBS BRUMBERG, Joan. 1997. *The Body Project: An Intimate History of American Girls*. Random House. 268 p.
- LA NACIÓN. 2014. "Superpoder. Celebrar la menstruación". *La nación*, Costa Rica, 22 de junio. http://www.nacion.com/ocio/revista-dominical/Superpoder-celebrar-menstruacion_0_1422257793.html

- LAQUEUR, Thomas. 1994. *La construcción del sexo. Cuerpo y género desde los griegos hasta Freud*. Madrid: Crítica. 415 p.
- LE BRETON, David. 1995. *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión. 256 p.
- LUKER, Kristin. 2007. *When sex goes to school. Warring Views on Sex and Sex Education Since the Sixties*. W. W. Norton & Company. 368 p.
- MARINA, Mirta. 2011. *Educación Sexual Integral. Para charlar en familia*. Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación. 48 p.
- MARTIN, Emily. 1987. *The Woman in the Body*. Boston: Beacon Press. 312 p.
- MARTIN, Emily. 1998. "Premenstrual syndrome, work discipline, an anger". In: WEITZ Rose (ed.). *The Politics of Women Bodies. Sexualities, Appearance and Behavior*. p. 221-241. Oxford University Press.
- MORAN, Caitlin. 2013. *Cómo ser mujer*. Buenos Aires: Anagrama. 355 p.
- NISSIN, Rina. 1987. *Manual de Ginecología Natural para Mujeres*. Barcelona: Icaria. 196 p.
- PÉREZ SAN MARTIN, Pabla. 2008. *Manual introductorio a la Ginecología natural. Edición independiente*. Chile. Disponible en <https://we.riseup.net/assets/173878/176109315-Manual-Introductorio-a-la-Ginecologia-Natural-Pabla-Perez-San-Martin.pdf>
- PINKOLA ESTÉS, Clarissa. 2013. *Mujeres que corren con los lobos*. Buenos Aires: Ediciones B. 578 p.
- ROHATSCH, Magdalena. 2013. "¿Estás venida? Experiencias y representaciones sobre menstruación entre niñas de 12 a 15 años". *Avatares de la comunicación y la cultura*, N° 6, diciembre.
- SHINODA BOLEN, Jean. 1997. *Las diosas de cada mujer. Una nueva psicología femenina*. Buenos Aires: Kairos. 416 p.
- STEINEM, Gloria. 1978. "If Men Could Menstruate". *Ms Magazine*, octubre.
- TARZIBACHI, Eugenia. 2015. *Una genealogía del cuerpo menstrual a través de las tecnologías de "protección femenina" en Estados Unidos y Argentina (1920-1980)*. Tesis de doctorado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- TREIBEL, Guadalupe. 2014. "Desarma y sangra". Suplemento *Las 12*, Página 12, 21 de marzo.
- VIGNAL, Philippe. 2012. *L'enfer au féminin, sortir du cycle règles-cancer*. Paris: Editions de la Martinière. 160 p.
- VON REBEUR, Ana. 2012. *El asunto*. Buenos Aires: Planeta. 328 p.
- WACQUANT, Loïc. 2006. *Entre las Cuerdas. Cuadernos de un aprendiz de boxeador*. Buenos Aires: Siglo XXI. 256 p.

Entrevistas

CARBALLO, Berenise. 2015. Entrevista de la autora. Ciudad de Buenos Aires. 10 de agosto.

PERULLINI, Clarisa. 2012. Entrevista de la autora. Ciudad de Buenos Aires, 3 de noviembre.

Sitios web

Banco de Bosques

<http://www.bancodebosques.org/spip.php?page=quienes&lang=es>

Consultada el 2 de octubre de 2014.

Espacio Cucoco

<http://cucoco.com.ar/?p=1999>

Consultada el 12 de octubre de 2014

Círculo de Atenea

<http://circuloatenea.com/2014/03/17/perturbadora-nueva-tendencia-feminista-libre-san-grado/>

Consultada el 12 de octubre de 2014

Flor de Luna

<http://www.flordeluna.com.ar/p/por-que-usarlas.html>

Consultada el 12 de octubre de 2014

Johnson & Johnson, Argentina. Campaña educativa

http://www.jnjarg.com/comunidad_campa%C3%B1a_educativa_historia

Consultada el 9 de febrero de 2014

La continencia de la luna web

http://free.moon.free.fr/Free_Moon/La_Continences_des_Lunes.html

Consultada el 2 de octubre de 2014.

Luna Roja. Toallitas Femeninas Ecológicas

<http://lunarojaeco.blogspot.com.ar/>

Consultada el 2 de diciembre de 2015.

Maggacup

<https://www.facebook.com/Maggacup/notes>

Consultada el 12 de octubre de 2014

MUM. Museo de la menstruación. Historia de la copa menstrual

<http://www.mum.org/CupPat1.htm>

Consultada el 12 de octubre de 2014.

Ruby cup

<http://shop.ruby-cup.com/collections/frontpage/products/ruby-cup>

Consultada el 12 de octubre de 2014.

Recibe tu luna

<http://www.recibetuluna.com.ar/>

Consultada el 11 de febrero de 2014.

Recibe tu luna. Tienda nube

<http://recibetuluna.tiendanube.com/referencias/1-ano-comprando-descartables/>

Consultada el 12 de octubre de 2014

Softcup

<http://softcup.com/about/product-info>

Consultada el 12 de octubre de 2014.

Red Mundial de Mujeres por los Derechos reproductivos

<http://wgnrr.org/>

Consultada el 12 de octubre de 2014

Technology for tomorrow ltd

<http://t4tafrica.co/home>

Consultada el 12 de octubre de 2014

Toallas femeninas ecológicas

<http://toallasfemeninasecologicas.wordpress.com/donde-conseguirlas/argentina/>

Consultada 11 de septiembre de 2014

Úteros de guerrilla

<http://uterosdeguerrilla.wordpress.com/2013/08/07/una-de-comadreo-mi-menstruacion-y-sangrado-libre>

Consultada el 13 de octubre de 2014

Viaje al ciclo menstrual web;

<http://viajealciclomenstrual.com/2013/05/13/sobre-otra-revolucion-menstrual-el-sangrado-libre/>

Consultada el 2 de octubre de 2014.

Artículos periodísticos

La Nación (2015a). “Por las trabas a las importaciones, faltan tampones en el país”, 6 de enero.

La Nación (2015b) “Surgen alternativas ante la falta de tampones en la Argentina”, 10 de enero.

El Cronista Comercial (2015). “Más diarios internacionales se hacen eco de la falta de tampones en Argentina”, 12 de enero.

Clarín (2015). “Por el cepo a las importaciones ahora faltan tampones”, 5 de enero.

Material audiovisual

Monthlies. 2014. Directora: Diana Fabiánová.
<http://www.monthliesmovie.com/v1/es/>

La Luna en Ti (The moon inside you. A secret kept too well). 2010. Directora: Diana Fabiánová.
<http://www.mooninsideyou.com/v2/es/moon-inside-you/>

The menstrual man. 2013. Director: Amit Virmani.
<http://www.menstrualman.com/>

The Sanitary Pad Revolution: Muruganandam Arunachalam at TEDxGateway
https://www.youtube.com/watch?v=oQI0TngMm_0
Consultada el 12 de octubre de 2014.

The history of menstruation, Walt Disney, 1946
https://www.youtube.com/watch?v=eLhld_PI2zg.

Trabajo de campo

2014. La nena se hace señorita. Qué le digo? Qué hago? Ciclo Psico educativo. Espacio Caliu, Ciudad de Buenos Aires, 11 de octubre.

2014. Charla debate Día Mundial de la Higiene menstrual, Colegio Don Bosco, Ciudad de Buenos Aires, 28 de mayo.

2014. Feria de Consumo Responsable. Av. Pres. J. A. Roca 500 (entre Bolívar y Perú). Ciudad de Buenos Aires, 8 de junio.

2013. Taller Re-descubriendo los Secretos del Ciclo Menstrual. Re-conectando con nuestro potencial femenino creativo, Multiespacio Naturaleza, San Telmo, 26 de Octubre.

2012. Taller de confección de toallas ecológica, Ciudad de Buenos Aires, Espacio CUCO-CO, Barrio Saavedra. Ciudad de Buenos Aires, 7 de octubre.

Materiales impresos

2014. *Recibe tu luna*. Folleto

2014. *Adamah Toallas femeninas*. Folleto

2014. *Artemisa*. Folleto.