

FERNANDO FLÓREZ GONZÁLEZ*
EUGENIA MORA OLARTE**

LO ÍNTIMO NATURAL:

NATURAL AND INTIMATE: MENSTRUAL AESTHETICISM
AND CULTURAL REPRESENTATIONS

ESTETICISMOS MENSTRUALES Y SUS REPRESENTACIONES CULTURALES

Fecha de recepción: 25 de agosto de 2020

Fecha de aceptación: 1 de febrero de 2021

Sugerencia de citación: Flórez González, Fernando y Mora Olarte, Eugenia.

Lo íntimo natural: esteticismos menstruales y sus representaciones culturales.

La Tadeo DeArte 7, n.º 8, 2021: 122-135. <https://doi.org/10.21789/24223158.1800>

* Ph.D. en Historic Preservation. Magíster en Preservation Studies.
Arquitecto y licenciado en Filosofía.
Profesor asistente del Departamento de Artes Visuales y Estética,
Universidad del Valle, Colombia

fernando.florez@correounivalle.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-1456-8057>

** Socióloga y Licenciada en Artes Visuales de la Universidad del Valle
Investigadora de la de la Universidad del Valle, Colombia

carmen.mora@correounivalle.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-1608-5243>

ESTE TRABAJO TUVO como objetivo evidenciar que, una vez se volvió público en Occidente el tema de la menstruación en la primera década del siglo XX, no se hicieron públicos el manejo adecuado y la comprensión del ciclo menstrual, sino los dispositivos con los que podía contenerse el fluido. Esta situación alentó la vergüenza y el consumo insostenible de productos de higiene femenina que participan de la estigmatización cultural de la menstruación. Se propone, mediante una revisión documental de la publicidad, análisis de contenido visual y algunos estudios de las representaciones culturales de la menstruación en Latinoamérica, un panorama breve y reflexivo de la diversidad de componentes simbólicos que rodean la menstruación. A su vez, se abordan casos puntuales de artistas de diversas disciplinas que, bajo la promoción del «empoderamiento femenino», ridiculizan el cuerpo menstruante y alientan, de igual modo que las diversas publicidades, el desprestigio de lo íntimo-natural en estos cuerpos.

THIS WORK SOUGHT to expose how once menstruation became public in the West, in the first decade of the 20th century, the proper management and understanding of the menstrual cycle were not made public, but rather the devices with which the menstrual fluid could be contained. This situation encouraged shame towards this natural process and the unsustainable consumption of feminine hygiene products that have contributed to the cultural stigmatization of menstruation. Through a documentary review of advertising, visual content analysis, and the revision of some works on the cultural representations of menstruation in Latin America, we propose a brief and reflective overview of the diversity of symbolic components surrounding this bodily manifestation. In addition, we present specific cases of artists from various disciplines who ridicule the menstruating body and encourage —using the same methods as common advertising— the discrediting of the intimate-natural in menstruating bodies under the false promotion of “female empowerment.”

RESUMEN ABSTRACT

IMÁGENES VISUALES
VISUAL IMAGES
MENSTRUACIÓN
MENSTRUATION
SOCIOLOGÍA VISUAL
VISUAL SOCIOLOGY
ARTIVISMO ARTIVISM
CUERPO MENSTRUANTE
MENSTRUATING BODY

TODOS LOS ASPECTOS estéticos¹ de la existencia humana se han ido sofisticando. No solo nos alimentamos, sino que nos sobrealimentamos, no solo nos vestimos, sino que lucimos nuestras mejores prendas, no solo dormimos, sino que llevamos a niveles insospechados la experiencia de descansar. Añadimos un valor de distinción, esteticismo y consumismo sin precedentes a todo lo que hacemos, a costa de qué, de quiénes, cómo y por qué nos hemos dado esta atribución.

«Llegó la toalla con rapisec, rapigel», «Tus nuevos accesorios», «Protectores diarios multiestilo», «Multiforma y multicolor», «Tipo tanga y mentolados», «Anatómicos y con respiración», «Protectores diarios sport evolution», «Toallas higiénicas frescura extrema», «Encuentra tus mensajes alentadores dentro», «Toallas invisibles con motivos personalizados» «Diarios chic con nuevo diseño». ¿Por qué este tipo de productos tienen una fuerte carga esteticista?

Las ideas subyacentes a estos mensajes promueven un «ocultar con estilo» el sangrado y el flujo mensual de los cuerpos menstruantes, siendo cada vez menos visibles, más cómodos, más coloridos y más «a tono» con el diario vivir; es decir, más artificiales.

Lo anterior se ha configurado en imágenes visuales promovidas por diversos medios de comunicación que determinan el proceder de los individuos y la reacción del resto de la sociedad frente a los procesos biológicos vitales. Las fuertes correlaciones entre dolor, enfado, inconformidad, estrés, demencia e irascibilidad están conectadas con el sangrado menstrual retratado no sólo en las publicidades sino también en diversas posturas de artistas visuales.

Las formas en las que muchas mujeres han «lidiado» con sus fluidos son algunas de las principales causas de contaminación corporal y ambiental actual. Las acciones de cambiar y desechar se convirtieron en una práctica cotidiana y destructiva con la naturaleza. La vergüenza que se promueve en diferentes medios de comunicación alimenta este tipo de conductas e impulsa a que la cara contraria a esta vergüenza sea la desnaturalización, la exageración y la teatralización de la menstruación.

PRIMEROS ESTUDIOS MENSTRUALES EN COLOMBIA 1960-1970

HACE MÁS DE cuatro décadas los primeros estudios sobre la menstruación en Colombia giraban alrededor de adaptaciones de estudios norteamericanos con los mitos y las prácticas mágicas de espacios determinados de la geografía del país.

Aunque se registran pocos estudios sobre la menstruación entre las décadas del 60 y 70, las principales aproximaciones de estos estudios fueron a partir de la ginecología, puesto que parte de las enfermedades del sistema reproductor femenino de la época radicaban en un alarmante desconocimiento de las pacientes y una gran cantidad de rituales y creencias alrededor de este proceso biológico. Este estado de la cuestión aclaraba la razón por la cual muchas de las mujeres consideraban más importante las soluciones tradicionales que las visitas al ginecólogo.

La gran mayoría de creencias alrededor de la menstruación para la época de 1960 en Colombia manifestaban un mismo enfoque: considerar una fuerza oscura y potente en el sangrado menstrual, las mujeres tenían un fuerte signo de maldad que se evidenciaba en la sangre mensual y las tragedias que resultaban de la proximidad con ellas justo en esta etapa de su ciclo. Esta forma de representación colectiva de la menstruación no es una esencia de las décadas mencionadas, estas ideologías menstruales cargan con el peso de la negatividad hace cientos de años:

Tener relaciones sexuales con una mujer durante la menstruación hace que el vino se convierta en vinagre, las semillas que ella toca se hacen estériles, las plantas se marchitan, las frutas caen de los árboles antes de madurar, las yeguas abortan a sus crías. (Alarcon 2005, 400)²

Para el año de 1969 el investigador Luis Flórez obtuvo los nombres populares más frecuentes para la menstruación, con este trabajo manifestó la necesidad de las mujeres de manejar seudónimos para su estado natural de sangrado. No es coincidencia que trabajos de este tipo hayan sido consecuencia de los estudios realizados en los Estados Unidos, como es el caso del elaborado por el psiquiatra Rudolph H. Moos (1960), quien se enfocó en recolectar información a través de su cuestionario sobre los dolores menstruales (Menstrual Distress Questionnaire. MDQ-9) identificando la gran variedad de síntomas físicos relacionados con la menstruación.

Para la década de 1970, cuestionarios sobre los síntomas menstruales y los cambios de actitud en

mujeres (Menstrual Symptom Questionnaire) ya circulaban para ser sistematizados y analizados. La razón por la cual aspectos de tipo actitudinal y psicológico se volvieron tan importantes de sistematizar radicaba en que se habían tomado solamente aspectos físicos visibles hasta entonces, de esta forma nuevas modificaciones surgieron destacando no sólo los cambios físicos durante la menstruación sino también las actitudes, cambios psicológicos y alteraciones emocionales en las mujeres durante sus sangrados menstruales (Alarcón et al. 2006).

El trabajo de Luis Flórez en 1969 permitió que médicos como Miguel Ángel Alarcón en el año 2006 enfocaran sus investigaciones sobre la salud menstrual de manera transdisciplinaria. Lo anterior significa que no fueron suficientes las adaptaciones de los cuestionarios norteamericanos para el estudio de las alteraciones psicológicas y físicas de las mujeres en Colombia, sino que el enfoque antropológico ayudó a la medicina a revelar las creencias alrededor de la menstruación que reforzaban la desconfianza en la ginecología del momento. En sus conclusiones, Alarcón señala que, aunque hayan pasado los siglos, el poder de la tradición oral mítica sobre el sangrado menstrual seguía siendo fuerte y había mantenido un mismo objetivo: ocultar, demonizar y despreciar la menstruación.

En su estudio sobre las creencias y mitos alrededor de la menstruación de las mujeres de Bucaramanga, Alarcón (2006) pone en evidencia que muchas de las prácticas de las mujeres seguían siendo cubiertas por un manto mágico. Alarcón registró que algunas mujeres no cortaban sus cabellos porque dañaban el estado de las fibras o incluso no tocaban el cabello de otros por temor a estropearlos; otras consideraban que la energía en esta etapa era tan fuerte que preferían evitar todo tipo de inconvenientes como dejar locos a sus compañeros, dañarles los genitales o simplemente «contaminarles» el cuerpo. Por otro lado, adjudicaban poderes ocultos al flujo menstrual, algunas utilizaban su sangre para quitar el acné de sus parejas y el de ellas, evitar la picadura de serpientes, mejorar la digestión, aumentar el deseo sexual, entre otro tipo de creencias.

Todo lo referente a la percepción del cuerpo durante estos días apuntaba a que la mujer debía ser intocable, evitar las relaciones sexuales y mantener la distancia con su pareja porque se consideraban prácticas antihigiénicas, incómodas y, de acuerdo con algunas mujeres, dolorosas (Alarcón 2006, 24).

INTRODUCCIÓN

ALGUNAS REPRESENTACIONES CULTURALES DE LA MENSTRUACIÓN EN LATINOAMÉRICA

ACTUALMENTE, LA REPRESENTACIÓN de la menstruación presenta varios frentes; si bien es cierto, las mujeres y los hombres hemos adquirido un conocimiento biológico de la menstruación, las creencias alrededor de diversos factores mágicos de la sangre menstrual no han cambiado, es más, gran parte del activismo menstrual de nuestros tiempos apunta al reencuentro con el *sangrado sagrado* de las mujeres y a eliminar todo tipo de carga negativa de la sangre menstrual mediante *círculos del útero* o *círculos del vientre* invitan también a conectar con la luna y afirman que este conocimiento con altos niveles de misticismo permitiría una relación positiva con el cuerpo (Fabianova 2009). Siguen vigentes prohibiciones, como evitar el contacto con el agua mientras una mujer menstrúa, no consumir alimentos cítricos y lácteos, evitar correr, no moverse o simplemente no ir a lugares sacros. Lo anterior evidencia que uno de los aspectos problematizadores de la menstruación es su fuerte carga simbólica y no sus implicaciones reales registradas.

En zonas rurales del continente latinoamericano, los miedos menstruales apuntan principalmente al agua. Estos, a su vez, se convierten en el enemigo principal para la mujer en sus días de sangrado, por la exposición a enfermedades, la contaminación de los tanques de agua de sanitarios públicos, puesto que las niñas de los colegios rurales no tienen confort ni separación de los baños. Al no contar con un espacio donde desechar sus compresas, las pegan en los tanques para que nadie vea sus desechos menstruales y así no ser víctimas de burlas o acoso.

Estudios de saneamiento ambiental en zonas rurales demuestran que los problemas de salud menstrual se agravan allí debido a los bajos niveles de potabilización del agua. Investigaciones como las realizadas por la profesora Mariela García Vargas de la Universidad del Valle evidencian que las relaciones más elementales con el cuerpo de las niñas y el cuidado de su salud menstrual pueden verse perjudicadas por la inexistencia de confort y privacidad (Reyes et al. 2017). De igual forma, miedos como evitar la locura o el retraso mental se combaten al no bañarse o lavarse la cabeza, evitar el consumo de agua, de bebidas frías y una vergüenza reforzada generacionalmente (Botello et al. 2015). Estos miedos injustificados, indudablemente, manifiestan la baja empatía con la naturaleza menstrual. Las acciones que debe realizar una mujer para mantener su protección física se vuelven contra ella mental y físicamente, incorpora todo lo que rechace la revelación de su sangrado menstrual y sus manifestaciones naturales. Los enfoques publicitarios sumados a los bajos niveles educativos nutren los miedos y rechazos a la menstruación y por ende perpetúan las acciones equivocadas frente al sangrado. En lo corrido del año 2019, se han reportado múltiples casos de mujeres jóvenes que pierden sus vidas tratando de ocultar sus sangrados, mujeres que introducen aspiradoras en sus vaginas, toman brebajes y golpean con fuerza sus vientres para acortar los tiempos de sangrado menstrual (El Diario 2019).

Existe una construcción social arbitraria de lo biológico, de los cuerpos y de los géneros, que se posiciona como algo natural, generalmente bajo una postura androcéntrica de la división sexual que guía la vida social de los individuos. (Vásquez y Carrasco 2017, 102).

En comunidades indígenas como la Aymara de Chile, Bolivia y Perú, las prácticas y los significados culturales alrededor de la menstruación señalan como aspecto crucial de la maduración de las mujeres los cambios físicos y lo que estos cambios generan en la comunidad.

Para la comunidad Aymara, la familia es el eje fundamental de socialización de las concepciones positivas o negativas³ del ciclo menstrual. Por generaciones se transmiten estos aprendizajes y las mujeres incorporan la concepción que tiene su colectivo sobre la menstruación y la transformación del cuerpo femenino.

Las mujeres ancianas aymara son la fuerza de tradición cosmogónica de la comunidad, cuyos relatos mezclan la carga simbólica de la tierra, la luna y los habitantes de determinada zona. La sangre menstrual es comparada con el fluir del agua en los ríos, la lluvia y las cascadas (Vásquez y Carrasco 2017). Estas analogías con la naturaleza son también un factor constante en comunidades originarias de Colombia, algunas de estas analogías naturales como el cambio de la piel de una serpiente, el brote y cese de una flor, entre otras, son llevadas a cabo en rituales de iniciación menstrual donde las niñas, llegada su menarquía son expuestas a aislamientos, seclusión y tortura.⁴ Se menciona lo anterior, sin olvidar las largas temporadas de encierro que mujeres Wayú al norte de Colombia deben llevar a cabo una vez llegada su primera menstruación, aislamientos que en otras partes del mundo han provocado la muerte de mujeres adolescentes y madres.⁵

ESTETICISMOS MENSTRUALES Y SUS CONTRAATAQUES ECOFEMINISTAS

RETORNANDO AL PUNTO inicial de este texto, el manejo publicitario del siglo XX sobre la menstruación, se observa que el panorama actual referente al sangrado mensual no dista mucho del pasado. De acuerdo con la Doctora argentina Eugenia Tarzibachi (2015), existe una necesidad de manipulación mediática de la imagen del cuerpo femenino porque se hace necesaria una represión de la naturaleza femenina. Aunque lo anterior parezca redundante, es lo que permite evidenciar la simultánea marcha entre publicidad y creencias, se enseñan aspectos relevantes de la mujer en el mercado y se esconden otros aspectos con vehemencia, precisamente por lo mismo: vender mercancía innecesaria, aumentar el consumo y, enmascarar bajo el discurso del higienismo, la compra masiva de productos que protegen un cuerpo «defectuoso» (2016). Así, la mujer esconde aspectos de su biología porque el mercado refuerza y fomenta una voluntad de negar realidades y reafirmar vergüenzas presentes en la tradición cultural. Devienen de lo anterior diversas publicidades alrededor de dispositivos de higiene femenina desde la década de 1920 hasta la actualidad; estas han construido un falso ideal de liberación de la mujer que impulsa concepciones del cuerpo femenino desde la «protección» exagerada de su naturaleza (Tarzibachi 2015).

Usted también quedará encantada con **MODESS**—la preferida de miles de mujeres elegantes.

Porque MODESS trae un maravilloso desodorante encerrado en la misma toalla que proporciona eficaz protección.

Porque MODESS es suave como una brisa de verano . . . absorbente como una esponja . . . y es imperceptible aún bajo las ropas más ceñidas.

Porque MODESS es segura . . . su respaldo semi-impermeable le permitirá sentirse cómoda y confiada.

Porque MODESS guarda el secreto—sus extremidades redondeadas no delatan.

¡Use **MODESS** y goce de la vida *todos* los días del mes!

**Ponga FÍN a esos
TORMENTOS
de cada mes**



La mujer que en los días de su indisposición natural sufre tormentos de dolor, nerviosidad y abatimiento, pone en peligro su salud si no recurre a un buen tratamiento sin pérdida de tiempo.

[Figura 1. MODESS.]

Fuente: Revista CROMOS, Octubre 1946 - Diciembre 1966. Respectivamente



[Figura 2. Kotex.]

Fuente: Revista CROMOS 1968.⁶

Desde los años de 1940 hasta la década de 1970, Eugenia Tarzibachi evidenció que la publicidad norteamericana y la publicidad argentina manifestaban un mismo comportamiento (2016). Los deseos de inserción laboral y académica de la mujer occidental en el siglo XX fueron acompañados por una carga mediática de ocultamiento de la sangre menstrual y una negación pública de los síntomas de este proceso natural.

Las publicidades de las décadas del 50 al 80 exponían variadamente mensajes esteticistas para alentar la compra masiva de dispositivos de contención menstrual. Las corporaciones de productos de higiene femenina difundían por medio de publicidades lo «molesto» de cargar con la menstruación, recalcan que no era un síntoma de elegancia y mucho menos de comodidad. La publicidad de la época apoyó su discurso en la interpretación estética de lo que siente durante la menstruación, de este modo se configuró una negación de una manifestación natural de salud y se consideró, según las industrias, en la crisis higiénica que sufren las mujeres durante un periodo de sus vidas que transforma sus cuerpos en entidades extrañas, incontrolables y causantes de episodios desagradables.

Los mensajes en las publicidades no varían, contrario a esto, las sugerencias de colores, de formas y de cualidades absorbentes y ergonómicas se multiplican. Incluso bajo la influencia de múltiples activistas menstruales, las empresas de toallas y tampones se han visto forzadas a cambiar la sangre censurada con líquidos azules. Ahora, los flujos rojos espesos aparecen en publicidades, como es el caso de la toalla higiénica *Libresse* que para el año 2017 lanzó su primer comercial con sangre menstrual real⁷ y dispuso a todas las actrices del comercial en situaciones que de antaño se consideraban inusitadas para una mujer menstruante. Por primera vez en décadas las y

los televidentes pudieron ver «sangre» en una compresa menstrual.

Mujeres como la diseñadora industrial Diana Sierra en Colombia han presentado alternativas sostenibles a los dispositivos menstruales tradicionalmente conocidos. La deserción escolar de las niñas en zonas rurales de África y Colombia le animaron a construir una toalla higiénica reutilizable con telas de sombrilla y actualmente, ampliar su impacto en zonas de India, Guatemala y Honduras, no sólo con su toalla y calzón reutilizable, sino también con la copa menstrual.

Múltiples son las plataformas digitales de formación menstrual y productos sostenibles elaborados por feministas, activistas menstruales, ecofeministas y artistas visuales que han permitido cuestionar la tradición visual publicitaria alrededor de la menstruación. No cabe duda que son diversas las creaciones visuales que arremeten contra el «cuerpo irascible, torpe y somnoliento» de las propagandas menstruales tradicionales. Muchas de estas artistas, ciberartistas, ciberactivistas y activistas menstruales, nutridas por corrientes ecofeministas que alientan a una *ecojusticia* (Puleo 2008), publicitan sus experiencias menstruales por redes sociales y propician debates y discusiones alrededor de las políticas públicas; la anulación de los impuestos a los productos de higiene femenina también exige a las corporaciones la exposición de los componentes con los que elaboran sus productos y piden ajustar las mercancías a la realidad medioambiental actual.

Desde las artes visuales algunas formas en las que se ha representado la menstruación convierten lo natural en una hipérbole. Temáticas como la menstruación son ridiculizadas por ilustradoras, pintoras y artistas del performance que llevan la experiencia de la menstruación a una exageración, igual de estigmatizadora que su ocultamiento.

Algunas de estas representaciones llevan lo familiar y lo íntimo-natural de las mujeres a un repudio mediático que alienta el asco y la desinformación, no se percibe un respeto por lo natural sino un espectáculo para la conmoción de los públicos. El sentimiento de extrañeza frente al cuerpo que se presenta en las publicidades se muestra de manera similar y con mayor impacto en la ridiculización del ciclo menstrual en algunos performances donde la mujer sangra masivamente y se introduce utensilios peligrosos en su vagina para demostrar el cambio en el flujo vaginal durante 28 días. Una mujer no se desangra en su menstruación, no tiene hemorragias, no crea lagunas de sangre en su dormitorio si no presenta ninguna alteración de salud, sabemos por la literatura especializada que muchas de las alteraciones del sangrado menstrual se deben a la endometriosis, ovarios poliquísticos y desórdenes alimenticios y hormonales, las formas en que se muestra la sangre menstrual por medio de algunos activismos colindan en el hiperrealismo y lo grotesco.



[Figura 3. Una mujer de rojo.]

Fuente: Camila Montalvo, Esfera Pública (2012).

Es inquietante pensar que muchas de estas prácticas artísticas puedan causar severos trastornos físicos a quienes los plantean. Muchas de estas artistas tienen una intención de visibilización de la menstruación, pero implícitamente envían un mensaje de agresión contra el cuerpo; es decir, muchas mujeres empuñan las banderas de un movimiento ambientalista menstrual perdiendo de vista lo elemental: la integridad de sus cuerpos.



[Figura 4. Casting of my womb.]
Fuente: Olympia Villagrán (2016).

Aunque alrededor de la temática de la menstruación existe un alto interés no solo de mujeres, sino también de hombres para cambiar sus connotaciones negativas, siguen existiendo territorios en los que se hace imposible hablar de la sangre menstrual sin ninguna vergüenza o estupor. Algunas y algunos creadores de imágenes insisten en reconstruir desde lo poético visual la relación entre naturaleza y cuerpo para la deconstrucción actual del consumo, pero muchas de las formas en que la sangre menstrual se ha visibilizado alientan la censura y el desprecio puesto que la representación visual que se observa no es una invitación a la comprensión y educación menstrual sino un llamado a la tendencia en las redes sociales y a los choques visuales en las y los espectadores.

La publicidad menstrual de principios del siglo XX y las imágenes visuales que circulan actualmente tienen un objetivo común: evocar significados determinados que dirigen en gran medida los sentidos, las apreciaciones y las acciones colectivas de los seres humanos frente a la menstruación. Todo aquello que proporcione una imagen visual es necesariamente participativo (Leavy 2009). Las imágenes publicitarias, el arte menstrual y lo actualmente conocido como *ciberartivismos* menstruales tienen una audiencia que les experimenta, les cuestiona y les acepta o les rechaza.

Estas construcciones visuales hacen legible, contrastable y comprensible nuestra realidad. Una realidad variable que permite reflejar las diversas vivencias menstruales y cuestiona de manera vehemente las normas establecidas por décadas en los cuerpos menstruantes. Si bien es posible evidenciar cambios semióticos importantes para la representación visual de la menstruación, el aporte más significativo ha sido el del arte visual y el artivismo. El uso de la exageración y la teatralización de la menstruación en las mujeres ha transformado el mercado menstrual y ha configurado a la mancha menstrual como la bandera para la comercialización de nuevos productos.

Finalmente, la gran variedad de mensajes e imágenes que acompañan los productos de higiene femenina han fortalecido el interés por los estudios menstruales con enfoques antropológicos, sociológicos, etnográficos y políticos. Esta indagación sociológica y visual de la menstruación recopila y expone algunos de esos mensajes que neutralizan, mercantilizan y domesticar la expresión diversa y natural de los cuerpos, estos entendidos como receptáculos de normas, sentidos, representaciones, valores y significados.

NOTAS

- 1 Aquí lo estético hace referencia a lo fundamental para vivir en el ser humano: alimentación, descanso, reproducción. De acuerdo con el profesor Flórez (2019) lo estético-fundamental difiere de lo esteticista porque no usa las necesidades básicas de los hombres y las mujeres para elevar sus sentidos sociales con experiencias sofisticadas y sugestivas que alientan el consumo. Lo estético fundamental pone el acento en una adecuada alimentación, en un adecuado descanso y en auto-proporcionar lo justo necesario para vivir.
- 2 Esta cita textual se encuentra en el texto de Alarcón y fue tomada del libro VII, capítulo 13 del libro *Historia Natural* del historiador romano Caius Plinius Cecilius Secundus (años 29-72).
- 3 De aceptación o de rechazo.
- 4 En el año 2017 la comunidad originaria de Los Ticuna en el amazonas colombiano retiró el ritual de «La pelazón» de sus tradiciones de iniciación, en el que las niñas debían ser haladas de los cabellos por todos los integrantes de la comunidad hasta quedar calvas, en el proceso no sólo era el cabello lo que arrancaban sino también trozos del cuero cabelludo.

REFERENCIAS

- Alarcón, Miguel. «Algunas consideraciones antropológicas y religiosas alrededor de la menstruación». *Revista colombiana de obstetricia y ginecología*, vol. 56, núm. 1 (2005): 35-45. <https://doi.org/10.18597/rcog.557>
- Alarcón, Miguel; Fuentes, Lizzeth. «Creencias, actitudes y vivencias mágicas alrededor de la menstruación entre las mujeres de Bucaramanga, Colombia». *Revista colombiana de Obstetricia y ginecología*, vol. 57 No. 1, (2006):19-26. <https://doi.org/10.18597/rcog.528>
- Barros, John «La pelazón un ritual indígena que le dijo no más al dolor» (Diciembre 12 de 2017) <https://sostenibilidad.semana.com/impacto/articulo/la-pelazon-un-ritual-indigena-que-le-dijo-no-mas-al-dolor/39294>
- Botello, Alicia; Casado, Rosa. «Miedos y temores relacionados con la menstruación: estudio cualitativo desde la perspectiva de género». *Texto y Contexto Enfermagem*. vol. 24 No.1 (2015): 13-21. <https://doi.org/10.1590/0104-07072015000260014>
- El desconcierto. «Tradición de aislar a las mujeres durante la menstruación cobra nueva víctima en Nepal» (2019) <https://www.eldesconcierto.cl/2019/02/04/tradicion-de-aislar-a-las-mujeres-durante-la-menstruacion-cobra-nueva-victima-en-nepal-joven-de-21-anos-murio-asfixiada-en-una-choza/>
- Redacción, El diario. «Aspirar la menstruación, la peligrosa práctica que está de moda entre las mujeres». (2019) <https://el-diariony.com/2019/06/12/aspirar-la-menstruacion-la-peligrosa-practica-que-esta-de-moda-entre-las-mujeres/>
- Fabiánová, Diana. La luna en ti. Dirigido por Diana Fabiánová (2014); Eslovaquia: Ubak producciones (2014) <https://vimeo.com/34216239>
- Flórez, Fernando. *Cuestiones estéticas, éticas, epistemológicas y ambientales: el caso de la sostenibilidad en el arte y la ciencia*. En Igarte, Sebero; Sánchez, María (presidencia) IV Congreso Filosofía, Arte y Diseño Pontificia Universidad Javeriana. (2019).
- Flórez, L. *Léxico del cuerpo humano en Colombia*. Bogotá: Colombia. Instituto Caro y Cuervo. (1969)
- Leavy, Patricia. *Method meets art. Arts-based research practice*. USA. Guilford Publications. (1975).
- Montalvo, Camila. *Debate en torno al performance Una Mujer de Rojo*. Esfera Pública. (Septiembre 8 de 2012) <https://esferapublica.org/nfblog/una-mujer-de-rojo/>
- Puleo, A. «Libertad, igualdad, sostenibilidad. Por un ecofeminismo ilustrado». *ISEGORÍA. Revista de filosofía moral y política*. No. 38 (enero-junio) 39-49. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2008.i38.402>
- Reyes, Alexander., Toro, Andrés., García, Mariela. *Investigación e intervención para el fortalecimiento de capacidades en agua y saneamiento rural para la construcción de la paz*. Universidad del Valle-Cinara. (2017). Consultado en: <https://core.ac.uk/download/pdf/162133714.pdf>
- Tarzibachi, Eugenia. *Usos comerciales y transnacionales del etiquetamiento menstrual y la liberación femenina. Las primeras publicidades de tampones en Estados Unidos y Argentina*. (2015). Consultado en: <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199543036040.pdf>
- Tarzibachi, Eugenia. (2016) *Protección femenina. Cuerpos menstruantes, género y la industria transnacional de cuidado femenino en Estados Unidos y Argentina* (2016). Visto en <https://www.youtube.com/watch?v=vDOBeHE9BP4>
- Vásquez Santibáñez, María Belén; Carrasco Gutiérrez, Ana María (2017). *Significados y prácticas culturales de la menstruación en mujeres Aymara del norte de Chile. Un aporte desde el género a los estudios antropológicos de la sangre menstrual*. Chungara, revista de antropología chilena, vol. 49, núm. Pp. 99-108. Universidad de Tarapacá. Arica, Chile. <https://doi.org/10.4067/S0717-73562016005000036>
- Villagrán, Olympia. (Julio 18 de 2016) La mujer que tejió una bufanda con su vagina durante 28 días. (Cultura Colectiva) <https://culturacolectiva.com/arte/la-mujer-que-tejio-una-bufanda-con-su-vagina-durante-28-dias>