

**Estudios sobre
Arte Actual**

IDEA
Número 8
2020

“Revoluciones menstruales”. Entre la charlatanería, el ecoactivismo, el uso y el abuso de las imágenes visuales para la reconfiguración del cuerpo menstruante

“Menstrual revolutions”. Among charlatanism, ecoactivism, use and abuse of visual images for reconfiguring menstrual body

Eugenia Mora Olarte
Universidad del Valle (Colombia)
ORCID: 0000-0002-1608-5243 
eu.olarte@gmail.com

Recibido: 4 de mayo de 2020
Aceptado: 11 de julio de 2020

RESUMEN: Por medio de la imagen visual diversos grupos ecoactivistas, artistas y feministas visibilizan sus ideas referentes a la resignificación del cuerpo menstrual y promueven la abolición de consumos menstruales contaminantes para el ambiente y los cuerpos de las mujeres. Estas “revoluciones visuales”, en su mayoría, se configuraron como ataques a las publicidades menstruales de principios del siglo XX que alentaban el consumo insostenible de dispositivos menstruales reafirmando la vergüenza y la aversión frente a la menstruación.

Por lo anterior, esta indagación se articula como un análisis sociológico visual que recoge las publicidades menstruales del siglo XX y XXI contrastadas con las imágenes visuales de las nuevas corrientes feministas. Aborda cómo algunas de estas nuevas imágenes ridiculizan y teatralizan la menstruación y evidencia cómo algunas militantes feministas en sus deseos de “revolucionar la imagen del cuerpo menstrual” tergiversan los fluidos naturales y entorpecen la pedagogía de los ciclos menstruales de las mujeres.

PALABRAS CLAVE: Sociología visual, imagen visual, menstruación, ambiente, activismo menstrual.

ABSTRACT: Through the visual image, various eco-activist, artist and feminist groups make their ideas regarding the resignification of the menstrual body visible and promote the abolition of menstrual consumption polluting the environment and women's bodies. These visual revolutions, for the most part, were configured as attacks on menstrual advertisements of the early twentieth century that encouraged the unsustainable consumption of menstrual devices, reaffirming shame and aversion towards menstruation. Therefore, this investigation is articulated as a visual sociological analysis that gathers the menstrual advertisements of the 20th and 21st centuries contrasted with the visual images of the new feminist trends. It discusses how to ridicule and dramatize menstruation and shows how some feminist activists in their desire to "revolutionize the image of the menstrual body" distort natural fluids and hinder the pedagogy of women's menstrual cycles.

KEYWORDS: Visual sociology, visual image, menstruation, environment, menstrual activism.

1. Imágenes visuales: Co-creadoras de la realidad

Las revoluciones son procesos sociales mediante los cuales se pretende reconfigurar aspectos determinados de las estructuras de una sociedad. No siempre es así, puesto que, si medimos los efectos que ocasionan, pueden ser cuestionadas por múltiples frentes. Uno de ellos son los vestigios de dolor, barbarie y sufrimiento en los que sumergen a comunidades enteras, otros son, los principios idealistas o utópicos "postrevolución" que vuelven a dejar las cosas tal y como estaban, o incluso peor (Delibes, 2011, p. 183).

Las imágenes visuales en las artes son la base para la producción de material artístico, pedagógico y político; es decir, herramientas poderosas para las revoluciones sociales. Subestimar el poder simbólico que contienen significa anular los efectos -evidenciados a lo largo de la historia- en los procesos de consolidación de paradigmas sociales, económicos y culturales.

Los creadores de imágenes visuales, a partir de sus puntos de vista, interpretan la realidad social por medio de pinturas, slogans, publicidades, campañas y demás expresiones. Quienes observan estas creaciones pueden aceptar tales representaciones, repudiarlas o simplemente discernir de las posturas y crear unas nuevas. Claramente, no existen lecturas similares, puesto que las personas que reconstruyen el contexto social, pasado o inmediato, parten de experiencias culturales diferentes.

A pesar de la diferencia en las perspectivas de los individuos es posible apreciar cómo algunos grupos sociales con intereses comunes producen imágenes con el ánimo de generalizar las visiones, no sólo de sus miembros, sino también de los individuos que los circundan.

A lo largo del siglo XX, las industrias del "cuidado femenino" cargaron a la menstruación de aspectos negativos por medio de la publicidad. Esta posición comercial ofrecía, en diversos productos atractivos, la solución inmediata a ese "peso físico", pero a la vez promovía productos desechables y contaminantes para el medio ambiente. Para esa época, nadie se preguntaba el impacto ambiental de este tipo de productos, la gran expansión y uso de estos dispositivos fueron sin duda la nueva sintonía entre las mujeres y el manejo de sus fluidos.

Actualmente, observamos que esta idea sigue vigente, el consumo de productos de higiene femenina aumentó y aumenta. Esto evidencia una notable ausencia de conocimiento por parte de una gran cantidad de mujeres respecto al consumo menstrual y lo que éste produce en sus cuerpos y la naturaleza (Tarzibachi, 2015).

La sociología visual, como disciplina emergente, ha evidenciado en la estructuración de las culturas que, cada sociedad configuró y configura de manera diferente sus imágenes visuales. Éstas son una parte fundamental de todo el panorama mediante el cual puede interpretarse la realidad. Sin embargo, no puede obviarse la cualidad constructivista y ajustada del trabajo de artistas, periodistas y publicistas en función de ideales "revolucionarios" a través del tiempo (Ortega, M, 2009, p. 168).



Figura 1. Publicidad Nosotras año 2018. Fuente: www.infomarketing.pe

Esta postura disciplinar revela que, lo que hasta el momento se ha consolidado como *menstruación*; la construcción de las imágenes visuales del cuerpo de las mujeres y, puntualmente, la imagen visual del cuerpo menstruante han sido la veleta de corporaciones de productos de higiene femenina a lo largo del siglo XX. Pero, esto no significa que sólo las corporaciones han manipulado las producciones visuales alrededor del ciclo menstrual, sino también grupos feministas y activistas que desvirtúan la sangre menstrual y teatralizan un proceso natural y vital para la vida las mujeres.

La menstruación no sólo es un proceso fisiológico de un solo sexo sino es fundamentalmente un hecho cultural. La menstruación constituye uno de los modos en que la corporalidad fue hecha inteligible como cuerpo sexuado (Tarzibachi, 2015, p.5).

Históricamente nos hemos convencido de la subordinación de la mujer por la sociedad patriarcal, paradigma social en el que se han estructurado y establecido los roles, los cuerpos y las voluntades de las mujeres. Vale la pena resaltar que, simultáneamente al desarrollo de sociedades patriarcales occidentales, se instauró el crecimiento industrial, factor que favoreció la manipulación de la imagen corporal de la mujer de forma comercial e “incluyente”¹. A su vez, hizo que sin mayor cuestionamiento en sus etapas iniciales de comercialización², las mujeres asumieran de manera asertiva los nuevos productos y las formas de lidiar con el proceder natural de su biología. Al parecer, la imagen publicitaria menstrual, fue principalmente un impulso industrial, más que una emboscada patriarcal contra las mujeres:

Las toallas y los tampones industriales y desechables luego de cada uso estandarizaron (y simplificaron) la gestión de la menstruación con practicidad, disimulo y eficacia, y ayudaron a enmascarar más eficientemente las evidencias del cuerpo menstrual ante otros y ante sí. Estas tecnologías propiciaron una paulatina desidentificación del cuerpo menstrual como causa de padecimiento de las mujeres gracias al perfeccionamiento tecnológico para la desmentida de todas las evidencias de existencia de la menstruación (Tarzibachi, 2015, p. 2).

Cuando observamos la forma en que se ha percibido y construido la menstruación en la publicidad se concluye de manera irrefutable que, a lo largo del tiempo, el lugar y la

¹ Principalmente en los campos laboral y académico.

² Esto quiere decir, desde inicios del siglo XX hasta la producción en masa de tampones y toallas en la década de 1950 y 1960.

población, los sentimientos de asco, repudio y vergüenza son factores constantes en la percepción de este hecho biológico. Entonces, ¿por qué las nuevas y "revolucionarias" imágenes visuales referentes a la menstruación generan estos mismos sentimientos, si aquello que buscan son efectos contrarios a la sangre menstrual?

No es lo mismo la menstruación para las mujeres del siglo pasado, como lo fue para aquellas que consideraron el tampón como signo de libertad en sus vidas. Las imágenes visuales que existen de la menstruación llegan principalmente por medio de la televisión, las publicidades y en la actualidad, de toda la revolución mediática de activistas y artivistas menstruales que desean cambiar la idea negativa y tormentosa de la menstruación.



Figura 2. ¿Revoluciones menstruales? Fuente: elaboración propia

En una entrevista realizada en el año 2013, la Doctora argentina Eugenia Tarzibachi consideró que la difusión comercial de tampones y protectores diarios se convirtió en una herramienta para la aceptación de una suciedad corporal y *abyección* del cuerpo femenino frente al cuerpo masculino. En su investigación doctoral, se evidenció que, junto al discurso de higiene y cuidado del cuerpo, se erigía un discurso de liberación vacío que no hacía otra cosa más que reforzar el repudio del sangrado menstrual por medio del disimulo y la negación.

Los dispositivos que se crearon, y se crean, alrededor del sangrado menstrual muestran el perfeccionamiento del ocultamiento de la menstruación vendiendo la idea de una "mejor disposición del cuerpo", pero profundizando o reafirmando la vergüenza. Todas estas formas que promueven el negar, esconder, disminuir la menstruación, son consideradas tecnologías para disciplinar el cuerpo en función de un falso rendimiento laboral, social, escolar y de un consumo insostenible (Feijóo, 2015).

Razón por la cual, la mayoría de las activistas menstruales recurren al elemento inverso de estas publicidades: muestran la sangre, se desangran en las calles, beben té de menstruación, se encierran en vitrinas mientras menstrúan y tejen bufandas con lana dentro de sus vaginas a lo largo de 28 días. Esto es solo una pequeña muestra de lo que pueden ser capaces estos grupos de mujeres en función de visibilizar los fluidos menstruales. Irónicamente, estas imágenes "artísticas" generan más repudio que la misma menstruación.



Figura 3. *Collage de performances menstruales*. Fuente: Elaboración propia.

Aunque estas imágenes visuales de la menstruación son digeridas con rapidez, razón por la cual son altamente contraproducentes, se observa que ambos mecanismos -publicidad y *contrapublicidad*- son efectivos en desnaturalizar la realidad menstrual de las mujeres. La idea de incomodidad y el exagerado flujo de sangre son promovidos con destreza en las redes sociales, las conversaciones entre colegas y, lamentablemente, por las y los observadores preadolescentes que tendrán un acercamiento propagandístico al sangrado menstrual: la manera menos adecuada de enseñar procesos biológicos a individuos que aún no tienen experiencia con los mismos.

Además de exagerar la realidad menstrual de las mujeres, puesto que, naturalmente, no se sangra así (a no ser que exista una enfermedad menstrual), también alteran y atentan contra la salud de sus cuerpos: introducen objetos extraños en sus vaginas alterando el pH natural de sus cavidades y beben sus propios flujos.

Todas estas tendencias visuales se nutren de creencias, ideologías y supersticiones que refuerzan problemáticas de tipo político, ambiental e institucional. ¿Dónde, cuándo, cómo y por qué desvirtuamos las menstruaciones? ¿En qué momento se hizo tan necesario defender visualmente un ciclo vital como la menstruación?

2. Imágenes visuales - responsabilidades sociales

No todas las mujeres presentan inconformidad con sus menstruaciones, algunas se sienten cómodas y no sufren el ciclo, pero siguen siendo muchas más las mujeres que repudian y se sienten intranquilas con el sangrado, particularmente aquellas cuyas fuentes de información son pocas y se encuentran retiradas de la urbe (Sosa, Sánchez, 2015), esto aumenta una variable más a la comprensión de la menstruación, en lugares donde existe más la superstición, la carga simbólica de la sangre menstrual, su presencia en la sociedad genera emocionalmente un fuerte impacto, los miedos y los rechazos de las mujeres a su sangre menstrual son un claro ejemplo de una errada comprensión de la naturaleza femenina, también el habernos convencido de la existencia de tres componentes circundantes en la vivencia de la menstruación: *enfermedad, incomodidad y vergüenza*.

Es interesante resaltar que, dentro de la construcción metodológica de la sociología visual, las dos fuentes visuales que se manifiestan como fundamentales son la fotografía y la imagen en movimiento en sus diferentes formatos: documental, largometraje, cortometraje, entre otros.

Pareciera que la imagen visual no pudiera corresponder a otra naturaleza sino a aquella que, fácilmente, nos permita comprender su intención académica. Ya Pierre Bourdieu, en su libro sobre la fotografía (1979), indicaba que ésta congrega aspectos inmutables al investigador que a manera de "instantánea objetiva" no le permiten redundar en posibilidades sino en describir de forma seria y profunda lo que ahí se observa, por eso la fotografía es el relato complementario por excelencia en la investigación social, puesto que no cae en detalles decorativos³.

Pero, ¿qué pasa con todas las formas visuales existentes susceptibles de análisis sociológico? ¿Dónde queda la publicidad, la pintura, la ilustración, el grabado, los murales, entre otras múltiples formas de crear imágenes visuales?

A las creaciones manuales como la pintura, la ilustración, el dibujo, entre otras, les han asignado la imposibilidad de revelar aspectos generales de las realidades sociales o ese alto grado de subjetividad que se le atribuyen desde las ciencias sociales, las convierten en un lugar prohibido para el análisis. Incluso en el ejercicio de analizar una pintura pareciera que todo aquello que sale del cerebro del observador se volviera más bien en un ejercicio narrativo que en una construcción sociológica para la comprensión de las realidades sociales.

En el caso de la sociología visual las conexiones entre contexto y obra deben ir de la mano. De esta manera, pueden transitar académicamente en dos campos de análisis; por ejemplo, en el caso del arte visual y la sociología lo importante no radica en imponer una disciplina sobre la otra, tampoco en el convertir una pintura en la traducción de la observación social o viceversa sino en conseguir una simbiosis entre las dos.

Por lo anterior, todo lo que la imagen visual proporcione a la construcción de una narrativa sociológica de la menstruación es de absoluta importancia, puesto que, permite identificar los lugares comunes de los productores de imágenes visuales y ayuda a evidenciar las pinturas, las ilustraciones, las publicidades y demás, que son recalitrantes y antipedagógicas.

3. Pedagogías menstruales

Desde la primera menstruación (menarquía) muchas mujeres crecen sin poder nombrarla. Prácticamente el conocimiento que desarrollan de sus cuerpos lo aprenden por intuición y tratan en la mayoría de los casos disimular cualquier tipo de malestar emocional o psicológico. El malestar físico lo sobrellevan con el uso de fármacos o pócimas que de generación en generación se han vuelto el amuleto de la suerte de la

³ Se observa que cada vez más son las personas que se preocupan por el papel que juega en la sociedad las imágenes visuales y todo el poder simbólico que recogen. Actualmente se cuenta con la IVSA (The International Visual Sociology Association) cuyas publicaciones y estudios giran alrededor de los impactos pedagógicos de la imagen en sus diversas formas: fotografía, pintura, publicidad, murales, entre otras.

mayoría. Poco se confiesa lo insoportable de fuertes dolores abdominales, lumbares y de cabeza.

Las mujeres se aproximan a sus cuerpos mediadas por los mitos que circulan en sus familias. Muchos de estos mitos las llevan a negarse una comunicación precisa con profesoras y médicas sobre sus problemas menstruales o, simplemente, manifestar sus dudas sobre la manera en que operan las hormonas en sus organismos (Sosa, et al, 2015, p. 358).

Las formas en que socialmente han concebido las mujeres sus menstruaciones son principalmente como hechos vergonzosos. Al ser un período absolutamente contrario (según la construcción cultural) a la concepción de limpieza y pureza femenina, se tiende a ocultar lo que sucede. Lo anterior, Bourdieu (1990) lo considera como el más fuerte control o dominación sobre los individuos, ya que, desde el silencio cultivado, la mujer incorpora que la manera en que los medios presentan su sangrado mensual es el deber ser de sus relaciones con la menstruación. De esta manera el silenciar se convierte en una forma de acompañar la violencia simbólica porque al ser sigilosa se vuelve socialmente más severa o fuerte, dada su invisibilidad para atacarla.

Las mujeres pueden estar o no de acuerdo con las imágenes que se promocionan de sus cuerpos, algunas aceptan la etapa de alteración emocional y la idea de "ser otras" justo en esos días porque precisamente esas imágenes visuales son las proyectadas en la televisión, internet y prensa. Se crece con la idea de perpetuar esas formas, se aprende el cuerpo desde la falta de conocimiento y la poca comprensión de su impacto en la naturaleza. (Feijóo, 2016, p. 12).

De acuerdo con la Doctora estadounidense Patricia Leavy (1975), el arte visual al ser una fuente significativa de información con la cual se puede cambiar, contrastar y resguardar parte de la realidad, alienta el proceder creativo como un vehículo para transportar cambios significativos y reafirma ideologías equivocadas del cuerpo humano y su proceder, dejando ver claramente que toda ideología suscita creencias y estereotipos sociales, los cuales inician como formas de cohesión social, pero terminan volviéndose un ataque coercitivo.

Es necesario decirlo una vez más, las imágenes visuales, más que derroche sentimental son elementos individuales (en la mayoría de los casos) con impactos sociales. Razón por la cual, cada imagen que se desarrolle en un contexto determinado arrastra consigo inconmensurables respuestas o reacciones.

¿Por qué existen las siguientes producciones?: "La bendición del útero", "Pedagogía menstrual para la comprensión del cuerpo menstruante", "Monólogos de la vagina", "Cómo ser mujer", "El libro rojo de las niñas", "El tesoro de Lilith". Existen porque las producciones visuales hasta el momento no ayudan a esclarecer el hecho de menstruar, porque han sumergido a las mujeres en un repudio mayor de su naturaleza y caen en la teatralización de una realidad vital e importante para la vida humana.

No siendo la única, ni la primera, Miranda Gray (2009) se ha sumado a una gran "revolución" literaria menstrual que más que reconocer la menstruación y resignificarla apunta a estar en sintonía con el cuerpo y el entorno; es decir, estar en sintonía con el mundo. Este tipo de textos se registran como "pedagogías menstruales"; metodologías

de mejora física y mental, y un proceder sano con el cuerpo desde la nutrición y el ejercicio hasta el reposo.

Son panoramas diversos que posibilitan vivir la menstruación desde la positivización de sus expresiones, crean consciencia del ciclo menstrual; alientan la personalización de planes de trabajo, estudio y cuidado diario de acuerdo a cada manifestación del sangrado menstrual. Enseñan de manera ilustrativa los ritmos femeninos, rescatan la realidad femenina y las posibilidades que ésta encierra. Se muestran como productos dinámicos que, una vez liberados de los condicionamientos y restricciones sociales, influyen positivamente el crecimiento físico, emocional, intelectual y espiritual de la mujer, así como, el del medio en el que la mujer se desenvuelve.



Figura 4. *Ciclo y sostenibilidad menstrual*. Fuente: elaboración propia.

Estas formas de enseñar la menstruación apuntan principalmente a conocer los picos de la producción hormonal en las mujeres, señalan la importancia de replantear los consumos, crear las compresas menstruales reutilizables, conocer el ciclo ovulatorio y planificar los días de mejor disposición física para la productividad académica y laboral. En la pedagogía menstrual no hay espectáculo, ni tampoco exageración. Se expone la presencia de la menstruación como manifestación de salud en el cuerpo de las mujeres y las alientan a revelarse contra quienes denigren o ridiculicen los cuerpos menstruantes. Visibilizan los mitos que refuerzan los ataques a la integridad física y mental de niñas y adultas, desmontan el aparataje de segregación y tortura de las mujeres en comunidades rurales de todo el mundo y, decididamente, desmitifican la menstruación.

4. Conclusiones

Es irrefutable el sentimiento de desventaja que algunas mujeres, dados los notables cambios naturales de sus cuerpos, sienten y hacen que asuman posturas radicales y "revolucionarias" que visibilicen la realidad detrás de un hecho culturalmente construido ¿Qué implican las imágenes visuales para la comprensión de problemáticas íntimas y ambientales como la menstruación? ¿Cómo pueden crearse nuevas imágenes visuales a partir de los contrastes proporcionados por la sociología visual y las problemáticas ambientales?

El principal motivo de desventaja se observa en la susceptibilidad del cuerpo femenino en espacios educativos, laborales, deportivos que promueven la segregación de las mujeres. En algunas zonas africanas y suramericanas el aislamiento menstrual es

obligatorio. Muchas mujeres han muerto por inanición, deshidratación, picaduras de víboras, ataque de osos y otros animales silvestres.

¿En qué favorecen las imágenes revolucionarias de la menstruación a estas problemáticas puntuales de discriminación femenina? En nada, porque no erradican hechos fatídicos como los antes mencionados, contrario a esto, aumentan las burlas y un patetismo inexistente en la naturaleza cíclica de la mujer.

Las nuevas imágenes deben apuntar a revelar los hechos menstruales que positivicen la naturalidad del cuerpo de las mujeres. Deben proporcionar una mirada efectiva y afectiva del cuerpo menstruante. Una mirada que se nutra de estudios juiciosos del impacto ambiental de la menstruación, de las formas en que las mujeres deben asumir sus sangrados y sus cambios hormonales. Más ecoactivismo fáctico en zonas donde "vivir sanamente" la menstruación es un privilegio. Un artivismo comprometido con crear poesía menstrual, no escándalo.

El performance, los rituales, el humor, la producción y diseminación de fanzines, el uso de páginas web, blogs y otros medios sociales, así como investigaciones que normalizan el ciclo menstrual como un saludable y natural proceso para el cuerpo de la mujer, deben asumir un lugar prioritario en la reconfiguración de las imágenes menstruales.

Las artes visuales pueden ser usadas como una forma poderosa de resistencia política y social. La forma en la que se involucran en lo emocional y lo político genera contrastes y oposiciones. A su vez, las normas y valores culturales también determinan un arte determinado, por eso las lecturas de este tipo de creaciones, por muy deslumbrantes y elaboradas que parezcan, deben ser consumidas con su respectivo cuestionamiento.

Vertientes ecofeministas insisten en una visión ambientalista de los problemas sociales. Apuntan en su mayoría a reconstruir los consumos y a cuestionar las acciones íntimas que impactan seriamente el medioambiente. Todo lo anterior gracias a una nueva oleada de bombardeo visual por diferentes medios de comunicación y la posibilidad de compartir puntos de vista de manera eficiente, pero alientan también otros consumos y esto no puede ser perdido de vista, porque surgen los bálsamos lunares, las cremas ecoamigables y demás productos que se construyen como necesarios sin serlo (Markowitz, G. Rosner, D, 2009, p. 170).

Vale la pena resaltar que, el arte se crea en un contexto económico y con fuerzas del mercado que influyen y cambian las expresiones artísticas, tal y como su valor de recepción. También se reconoce que el arte visual está producido en un contexto institucional con diversas reglas, precios y modos que influyen fuertemente la circulación y la producción, así como el sistema de valores con el cual está juzgado, razón por la cual una vez se hace la lectura o el consumo de una imagen es necesario no perder de vista que así como la imagen publicitaria, las películas, la ilustración y demás, la intencionalidad no es precisamente una inquietud del artista, sino en ocasiones, una demanda institucional.

Si una imagen crea impacto social, muchos otros individuos querrán hacer lo mismo, pero con el tiempo estas imágenes pasarán a ser "una dentro de miles" relacionadas con los escándalos mediáticos a los que, cada vez más, nos acostumbramos.

Las imágenes visuales son una fuente de información sobre lo humano, incluyendo aspectos culturales de la vida social, económica y estructuras políticas. Se crean mediante aspectos globales, nacionales e individuales. Los fenómenos sociales hablan con la imagen, siendo incluso ésta, un factor importante en la intervención positiva o negativa del ser humano en el ambiente.

Es necesario reconocer que, en la reconstrucción histórica de los roles sociales de hombres y mujeres, las imágenes visuales que subsisten y se replantean en las manifestaciones sociales tienen directas implicaciones en el medio ambiente. Un ejemplo relevante es la menstruación en las mujeres y el impacto ambiental actual, no sólo las decisiones públicas afectan, sino también las acciones íntimas, muchas de éstas enfermando los cuerpos, devastando bosques y estigmatizando a múltiples seres humanos alrededor del mundo.

Las imágenes visuales ilustran las diversas maneras en que el ser humano reedifica o cambia estereotipos y expone las relaciones desequilibradas de poder, privilegio arbitrario y opresión. Son sin duda una herramienta para la transformación social y también para la estigmatización, no cabe duda que la sociología y sus diversos frentes deben prestar toda la atención necesaria para interpretar y comunicar lo que por cientos de años las imágenes visuales reflejan, quizá en la actualidad lo que muestran las imágenes sobre la menstruación es una incontenible represión física que grita "¡Basta de minimizar, ocultar y ridiculizar los cuerpos menstruantes!".

Bibliografía

- Bourdieu, P (1979). *La Fotografía. Un arte intermedio*, México DF, Ed. Nueva Imagen.
- (1990). *La dominación masculina*. Traductor: Joaquín Jordá. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Delibes, A. (2011) Roger Scruton y los usos del pesimismo. *Cuadernos de pensamiento político*. Fundación para el análisis y los estudios sociales. Pp. 179-190
- Gray, M. (2009) *Luna roja. Los dones del ciclo menstrual*. 9th Ed. Gaia. Madrid.
- Feijóo, M. (2016) La menstruación como parte de los ciclos de violencia simbólica. Universidad San Francisco de Quito USFQ. Colegio de comunicación y arte contemporáneo.
- Leavy, P (1975). *Method meets art. Arts-based research practice*. Guilford Publications, USA.
- Markowitz, G. Rosner, D. (2009). Corporate responsibility for toxins. En L. King, D. McCarthy (Eds), *Environmental sociology*. Rowman & Littlefield publishers. United Kingdom. Pp.164-177
- Ortega, M. (2009) Metodología de la Sociología Visual y su correlato etnológico. *Argumentos*, Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco. México. Vol. 22, Núm. 59. Pp. 165-184.
- Sosa, I; Lerner, S; Erviti, J. (2015) Civilidad menstrual y género en mujeres mexicanas: un estudio de caso en el estado de Morelos. *Estudios sociológicos*. Distrito Federal, México. vol. XXXIII, núm. 95.
- Tarzibachi, E. (2015) Usos comerciales y transnacionales del etiquetamiento menstrual y la liberación femenina. Las primeras publicidades de tampones en Estados Unidos y Argentina [en línea]. [Fecha de consulta: 28 de marzo 2020] Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199543036040.pdf>
- (2016). Protección femenina. Cuerpos menstruales, género y la industria transnacional de cuidado femenino en Estados Unidos y Argentina [en línea]. [Fecha de consulta: 28 de marzo de 2020] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=vDOBeHE9BP4>
- (2013). ¡Ni un paso atrás! Revista mensual de la asociación de Madres de Plaza de Mayo. Los sentidos de la menstruación. Eugenia Tarzibachi por Hebe [en línea]. [Fecha de consulta: 30 de marzo de 2020] Recuperado de: <http://www.madres.org/documentos/doc20131104134317.pdf>

Páginas en línea:

The International Visual Sociology Association. <https://visualsociology.org/>
 Society for menstrual cycle research. <https://www.menstruationresearch.org/about/>