XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2019.

La representación del malestar menstrual de las deportistas, en las publicidades de Ibuevanol. Lo que no se dice: menstruar libremente.

Bianca Laus.

Cita:

Bianca Laus (2019). *La representación del malestar menstrual de las deportistas, en las publicidades de Ibuevanol. Lo que no se dice: menstruar libremente. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-023/710

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.

XIII JORNADAS DE SOCIOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES - UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
26 al 30 de agosto de 2019

La representación del malestar menstrual de las deportistas, en las publicidades de IbuEvanol Lo que no se dice: menstruar libremente

Bianca Laus
Eje temático: Cultura, Significación, Comunicación, Identidades
Nombre de la mesa: 117. Estudios Sociales del Deporte
Facultad de Ciencias Sociales - UBA
lausbianca@gmail.com

Resumen

La menstruación fue invisibilizada y ocultada durante mucho tiempo en nuestra sociedad. Esto implicó no sólo ocultar la sangre, sino también ocultar los diferentes síntomas que pueden sentir las mujeres durante el proceso: al no poder nombrar la situación o explicar la razón del malestar, por pudor y tabú; y desde, o *gracias,* a las tecnologías de gestión menstrual para la higiene y los malestares físicos (toallitas higiénicas, tampones, analgésicos, entre otros).

En esta investigación nos proponemos identificar los discursos que construyen las publicidades de analgésicos femeninos sobre el malestar menstrual, con el fin de dar cuenta cómo el discurso, en su carácter performativo, incide en las acciones de las deportistas, lo que las lleva a seguir entrenando y compitiendo *aún en esos días*. Para esto vamos a analizar las publicaciones en redes sociales y páginas web que buscan construir un discurso "liberador" de la menstruación.

Estas publicaciones se inscriben en ciertas representaciones sociales (Hall, 1997) que circulan, y establecen que una deportista no puede dejar de entrenar ni competir cuando está menstruando, porque existen analgésicos que calman su malestar; y además, porque la ciencia demuestra que el mayor rendimiento deportivo se alcanza durante la menstruación.

El objetivo de esta investigación es poder aportar a concientizar a las deportistas para que puedan elegir si entrenar o competir en *esos días*.

Palabras clave: menstruación - deporte - representación.

"El primer día que yo menstrué mi mamá me dijo: - Te hiciste señorita- y me acostó en una perezosa. - ¿Por qué tengo que estar acostada, mamá? -Bueno porque te hiciste señorita. Yo no entendía nada, pero no te daban explicaciones. E: Claro, ¿cuál era la relación entre el descanso y la feminidad?"[1]

Introducción

La siguiente ponencia pretende presentar una problemática que aún se encuentra bastante silenciada: las deportistas menstruantes. En el ámbito del deporte de alto rendimiento la menstruación (no) es un problema. Sabemos que no todas las mujeres[2] pasan por el mismo proceso de menstruación, hay diferentes percepciones, sentimientos y sensaciones al respecto. Pero lo que sí sabemos es que "la menstruación trae aparejada, para una gran cantidad de ellas, una incomodidad o incluso dolores en ocasiones severos" (Thiébaut, 2017, p.13). Por lo que es inminente afirmar que *esos días*, no son como cualquier otro día, y por lo tanto nuestra rutina (deportiva) se puede ve afectada, o no.

Lo que intentamos establecer aquí, es que si bien están apareciendo cada vez más libros sobre la menstruación, páginas web que tratan sobre el tema, grupos de Facebook o Instagram que hablan sobre lo que nos sucede en *esos días*, aún hoy los dolores que produce son un tema tabú. Por eso en esta ponencia intentaremos responder: ¿Qué sentido de la menstruación transmiten las marcas de analgésicos femeninos en los posteos en redes sociales y sus páginas web? Lo que nos interesa estudiar es cómo las publicaciones[3] de analgésicos femeninos construyen discursivamente a la menstruación como un problema, una enfermedad a ser curada. Es por eso que vamos a concentrarnos en mayor medida en los posteos que tengan como protagonistas o estén dirigidos a deportistas.

Partimos de la hipótesis de que las publicaciones de los analgésicos para mujeres se presentan como *la solución mágica* a los dolores menstruales, limitando la problemática a su definición biomédica. Este discurso que circula entiende a la menstruación como un problema, una enfermedad que hay que curar o paliar a través de un medicamento. Para analizar esta representación partimos de la concepción del carácter del discurso como productor de sentido, a partir de su circulación social. Eliseo Verón (1993) afirma: "Un discurso, cualquiera que fuere su naturaleza o tipo, no refleja nada, él es solo el punto de pasaje del sentido" (p.128). En esta línea, Michel Foucault (1969) sostiene que "el discurso es otra cosa distinta del lugar al que vienen a

[1] Hebe de Bonafini, *Los sentidos de la menstruación*, "¡Ni un paso Atrás!", N°24. Recuperado de: http://www.madres.org/documentos/doc20131104134317.pdf

[2] Vamos a hablar de mujeres menstruantes porque el corpus a analizar está dirigido a este segmento. Reconocemos que las personas menstruantes pueden no percibirse como mujeres.

[3] Vamos a llamar "publicaciones" a los posteos en redes sociales y la información disponible en las páginas web.

depositarse y superponerse, como en una simple superficie de inscripción, unos objetos instaurados de antemano" (p.27). Es así como nos habla del carácter performativo del discurso, de cómo el discurso construye en la medida que dice, y afirma que la tarea "consiste en no tratar -en dejar de tratar- los discursos como conjuntos de signos (de elementos significantes que envían a contenidos o representaciones), sino como prácticas que forman sistemáticamente los objetos de que hablan" (Foucault, 1969, p. 81). Por estas razones, nuestro análisis de los discursos de las publicaciones de analgésicos femeninos aportan al estudio de la "construcción social de lo real" (Verón, 1993, p.123).

Entonces, para analizar las representaciones sobre los ciclos menstruales de las mujeres que realizan deporte, vamos a abordar las publicaciones de analgésicos femeninos en redes sociales y sus páginas web desde la teoría de las Representaciones Sociales (Hall, 1997), y cómo definen o determinan las prácticas y acciones de las deportistas. Entendemos que el discurso publicitario reproduce los modelos y sentidos culturales hegemónicos que circulan en la sociedad, y que a su vez, nos performan como individuos. En este caso mujeres deportistas en edad menstruante. Vamos a analizar publicaciones de Facebook y páginas web, porque son los espacios en los que más se difunden este tipo de publicidades en la actualidad.

Retomamos a Judith Butler (2006) para explicar que, en la performatividad del género, el sujeto (en este caso las deportistas), se ve obligado a "actuar" el género en función de una normativa genérica que promueve y legitima o sanciona y excluye. Estas acciones y prácticas son "normas sociales que constituyen nuestra existencia y conllevan deseos que no se originan en nuestra individualidad" (p.14). Se construyen social y culturalmente: aquello que es representado por estas publicaciones.

El objetivo es poder visibilizar y evidenciar que los discursos que construyen las publicaciones seleccionadas de analgésicos para mujeres, tienen una intención de disciplinar los cuerpos. Para esto vamos a realizar un análisis discursivo de las publicaciones seleccionadas.

Si bien partimos de una posición tomada en la que entendemos que se deben respetar los tiempos y decisiones de cada persona menstruante, ya que no a todas nos produce lo mismo menstruar, encontramos que la ciencia establece que "es una evidencia que el uso de deporte moderado es beneficioso para la menstruación, el embarazo y la menopausia" (Palanques Tost, S. 2019).

Vamos a discutir con esta visión biomédica desde una propuesta de re-conectar con el proceso de menstruar, el cuerpo, las sensaciones y sentimientos. Como sugiere Miranda Gray (2010), entendemos que las mujeres estamos atravesando un proceso de "volver a analizar el ciclo menstrual con el fin de descubrir lo que significa" (p. 22). Y esto lo hacemos a través de terapias

menstruales, leyendo libros que relatan experiencias y consejos sobre cómo *atravesar* esos días, compartiendo sentimientos, sensaciones y *tips* con nuestras amigas, madres y hermanas. Como explican Karina Felitti y Rosario Ramirez (Thiébaut, 2017), la idea es invitar a los cuerpos menstruantes a "recuperar una vivencia que les fue arrancada, a visualizar en los úteros (...) como una fuente de poder y no de sufrimiento" (p.216). Se expande la intención de volver a pensar *esos días* como especiales, en los que es importante conectarse con lo que nos sucede. Y esta vez partiendo de una decisión propia, no por no tener al alcance tecnologías de gestión menstrual que nos permitan hacer como si nada estuviese sucediendo, o no poder hacer determinadas cosas porque se expandan teorías contra nosotras. Como que durante *esos días* la mujer es parte de una energía destructiva andante, peligrosa para el hombre y la naturaleza (Miranda Gray 2010, p.21), que no podía batir mayonesa ni crema, o lavarse la cabeza.

Hablamos en plural porque somos (fuimos) deportistas *afectadas* por la menstruación, si bien no vamos a hablar de vivencias propias, el interés surge de nuestra práctica. Es por eso que esta ponencia se enmarca dentro de un proyecto de investigación mayor, en el que nos proponemos investigar qué discursos circulan y cuáles no sobre la menstruación en las deportistas de alto rendimiento de deportes en conjunto.

Analgésicos Femeninos

Una publicidad anuncia "un día igual a cualquier otro", una página web recomienda acciones a tomar "en esos días", y posteos en facebook develan un #SecretoAVoces, sobre los beneficios de tomar analgésicos #NoSoloParaEsosDías. Es en estos espacios publicitarios donde se reproducen, refuerzan y se busca instalar las representaciones de la cultura sobre la mujer menstruante. Según Raquel Prestigiacomo (1999), la estrategia básica de la publicidad está orientada a modelar las imágenes, las actitudes, y los comportamientos de la población.

Lo que buscamos aquí es evidenciar cómo estos discursos en los que el ciclo menstrual es exhibido como tabú, ya que no se nombra, actúan como carácter performativo, estableciendo "modos de actuar" en las deportistas. El discurso hace mientras dice, pero de una forma en particular, habilitando algo, y prohibiendo algo también: "La formación discursiva es (...) una repartición de lenguas, de vacíos, de ausencias, de límites, de recortes" (Foucault, 1969, p.202).

En un primer momento, vamos a analizar estas publicaciones que conciben al cuerpo de la mujer como un cuerpo débil y enfermo, "que padece dolor físico e inestabilidad mental por menstruar y puede ser reparada por un fármaco para adaptarse a los códigos de la vida social" (Tarzibachi, 2017, p.50). Pero teniendo en cuenta que no se nombra la menstruación en la promoción de estos analgésicos.

En una segunda instancia vamos a realizar un análisis desde la concepción de la "mujer moderna" como una mujer activa. Las primeras publicidades de tecnología de higiene femenina mostraban sus beneficios a través de esa idea de movilidad: gracias a las toallitas y tampones la mujer podía seguir activa, y ya no debía quedarse encerrada en su casa. Podemos asociar esta idea de la industria *Femcare* (industria del Cuidado Personal Femenino) a lo que intentan visibilizar las publicidades de analgésicos femeninos. Además, veremos cómo la ciencia evidencia que practicar deporte de manera moderada es beneficioso para paliar los dolores que pudieran causar la menstruación, y que además, varias atletas afirmaron aumentar su rendimiento deportivo durante la fase menstrual (Palanques Tost, S, 2019).

Para finalizar, intentaremos explicar que aunque determinados discursos científicos desde una mirada biomédica den cuenta que es bueno hacer deporte para prevenir o reducir los dolores, y contemos con fármacos para paliarlos si así los tuviésemos, y de esta manera "liberarnos" de la menstruación y poder continuar nuestra rutina, nosotras queremos tener la posibilidad de frenar en *esos días*. Poder reconectarnos con la menstruación y el cuerpo desde un sentido positivo. Poder conocernos, explorarnos y reflexionar sobre lo que nos pasa.

.

La cuestión médica

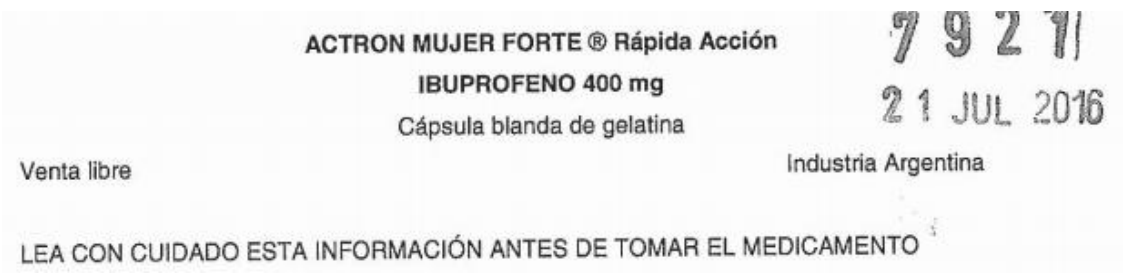
Las redes sociales se inundaron este último tiempo de "cuerpos perfectos". Deportistas públicos o personas *fit*, comparten sus rutinas de ejercicio, de alimentación y estilos de vida saludables, que operan como la condición para tener cuerpos sanos. Y por sanos refieren a flacos, musculosos, bellos. Las marcas de analgésicos femeninos no quedaron al margen, y también quieren "colaborar" con los cuerpos fit. Para que la menstruación no detenga a las mujeres de hacer deporte, de entrenar y competir, existen analgésicos que atenúan las molestias o el dolor ocasionado, que curan ese cuerpo enfermo y débil.

¿Qué es un cuerpo sano?, ¿cuándo está enfermo o débil? Las publicaciones de analgésicos utilizan imágenes de deportistas, de cuerpos en movimientos para hacer referencia a cuerpos sanos y saludables, y la menstruación la nombran como una *indisposición*, un malestar que hay que combatir, porque evita el movimiento. Un cuerpo quieto, que no puede hacer ejercicio, es un cuerpo débil y enfermo.

En la página web de Actron Mujer y en la de IbuEvanol, vemos cómo las indicaciones del analgésico vienen con un prospecto, al igual que todos los medicamentos. De la misma manera las publicaciones de Tafirol Mujer en Facebook alientan a tomar el medicamento "para combatir los dolores menstruales". De hecho, en todas las publicidades se indica que ante cualquier duda se llame a un médico. En ese sentido es que podemos establecer que las publicidades siguen una

estrategia comunicativa orientada en el consumo de productos, amparándose en un saber biomédico y apoyándose en un discurso social que circula, en el cual se alaban determinados estilos de vida y cuerpos.

El problema que encontramos, es que a partir de estos mensajes podemos ver que, bajo una ilusión de bienestar, las publicaciones de analgésicos alientan a seguir el ritmo de todos los días, también *en esos días*. Aun sabiendo que menstruar puede causar dolores o malestar físico, y que estos pueden ser producto de la endometriosis. Este enfoque responde a la cultura del consumo y productividad dónde se necesita que la mujer esté activa al 100%.



https://www.actron.com.ar/actron-mujer/producto-actron-mujer-forte.php#

https://www.ibuevanol.com.ar/

https://www.facebook.com/tafirol/

Eugenia Tarzibachi explica que “el disciplinamiento del cuerpo mejoró la compostura de una apariencia femenina socialmente adecuada: un cuerpo que a pesar de ser menstrual era atractivo y ´auto-controlado´, lo que la habilitaba a trabajar, moverse libremente en cualquier actividad recreativa y hacer deportes o sumergirlo públicamente en el agua.” (Tarzibachi, 2016, p.105). Podemos ver aquí, cómo lo que verdaderamente importa es que la mujer siga activa. Agostina Mileo (2018) justifica la gestión menstrual en términos patriarcales, para que las mujeres sean

aceptables dentro del sistema, así como Mercedes D´Alessandro (2016) explica que que el cuerpo es una propiedad privada más de la sociedad capitalista, y que por lo tanto es un fetiche en el cual se invierte económicamente para que siga produciendo.

Con esto queremos exponer cómo el cuerpo de las mujeres, durante su menstruación, es presentado como un cuerpo enfermo, débil, que debe ser reparado por analgésicos para que continúen activas como el resto de los días. Las publicidades de ibuprofeno dirigen su discurso en ese sentido, y aquí es donde encontramos el carácter performativo. Las deportistas (como todas las mujeres) compran y consumen analgésicos durante la menstruación para poder aliviar los dolores y continuar las rutinas. Como Michael Foucault (1969) establece, hay una estrecha vinculación entre el poder y el saber, no hay saber que no presuponga relaciones de poder. De esta manera podemos identificar cómo es que la publicidad opera sobre nuestras acciones, a través de la idea de que los medicamentos son indicados por médicos, personas conocedoras y poseedoras de un saber "superior".

Sin embargo, vemos que no siempre la solución al malestar que produce la menstruación se resuelve con tomar un analgésico. "La nadadora china Fu Yuanhui en los juegos Olímpicos de Río en 2016 comentó después de un relevo de 4 por 100 donde Chima terminó en cuarto lugar, esta atleta de alto nivel, en foco, declaró: ´No estuve muy bien hoy, me da la impresión de haber abandonado a mis compañeras de equipo. Mi período comenzó ayer, y me siento muy fatigada.´ (...) Sé que no es una excusa, sea como fuere no nadé bien hoy´" (Thiébaut, 2017, p.86).

El malestar menstrual va más allá del dolor, también afectan los sentimientos, sentidos y percepciones. En los diarios *on line* "El país" de España, y CNN en español[4], se publicaron notas asegurando que la ciencia y estudios mundiales afirman que el ejercicio puede reducir los síntomas asociados con el ciclo menstrual. Sin embargo, no sólo vemos cómo no en todas las mujeres esto funciona así, sino que además esta situación omite una enfermedad: La endometriosis.

Endometriosis. Lo que no se dice

La desinformación es un problema que trae aparejada la falta de posibilidades para preguntar e intercambiar datos, afirma Agostina Mileo (2018). Y en eso estamos de acuerdo. La desinformación sobre la endometriosis es lo que permite que los analgésicos femeninos se autodenominen como inhibidores del dolor, o como la solución para paliarlos, sin tener en cuenta que esos dolores que dicen solucionar, pueden llegar a ser parte de una enfermedad.

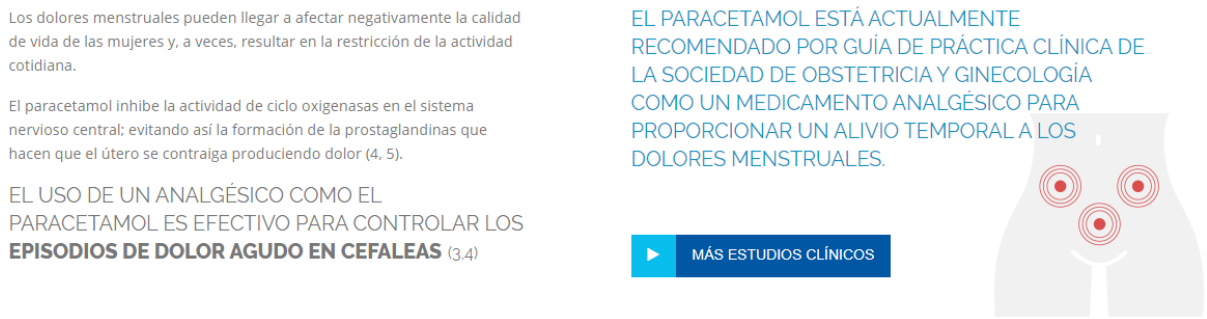
La endometriosis es una enfermedad que afecta "al 40% de las mujeres que presentan dolores pélvicos en el momento de la regla." (Thiébaut, 2017, p.179). La escritora francesa realizó

[4] Lewis, A. (26 de marzo de 2019). El ejercicio podría reducir el dolor menstrual, según estudio. CNN. Y Palanques Tost, S. (29 de abril de 2019). Cae el mito de la regla y el deporte: no son incompatibles, el ejercicio incluso alivia el dolor. El País.

una investigación en la que descubrió que los médicos demoran en diagnosticar la enfermedad entre siete y nueve años. Entonces, si el saber médico no visibiliza este problema que padecen varias mujeres, no podemos pretender que la endometriosis se nombre en las publicidades de analgésicos, que no harían otra cosa que "tapar el sol con la mano".

Una página web de salud menstrual afirma que "el ejercicio, el sexo y tomar tu comida preferida estimula la producción de hormonas que alivian el dolor y mejoran tu estado de ánimo. Pero, si te sientes realmente mal, no te fuerces a realizar una actividad física. Sencillamente trata de escuchar lo que tu cuerpo te dice"[5]. Es en este mismo sentido que retomamos a Thiébaut para afirmar "la importancia que tiene lo vivido en la construcción de nuestras subjetividades, en este caso, la trama de sentidos sobre la menstruación que produjeron los dolores y malestares no diagnosticados por el sistema médico." (Thiébaut, 2017, p.217).

Las publicaciones que analizamos reconocen que la menstruación puede causar dolores, y que sus productos nos pueden *salvar*. El problema es que en sus discursos, no existe la posibilidad de que esos dolores no los esté causando simplemente el período, sino que puede haber una enfermedad por detrás. Así como la nadadora China excusó su desempeño a causa de la menstruación, podemos establecer que muchas deportistas hacen lo mismo, sin tener en cuenta que los fuertes dolores pueden ser causados por la endometriosis.



https://tafirol.com/sintomas/tafirol-menstrual

[5] https://flo.health/es/tu-ciclo/salud/menstruacion/dolor-menstrual

https://www.facebook.com/IbupiracArgentina

La mujer moderna

La menstruación ideal es incolora e indolora, te permite seguir con tus actividades como si nada. Es lo que se desprende de las investigaciones realizadas por Agostina Mileo (2018), Élise Thiébaut (2018) y Eugenia Tarzibachi (2017). La mujer moderna de hoy en día es una mujer activa y que menstrúa, de a poco deja de ser un tema tabú, vemos cómo el líquido azul que simulaba ser sangre en las publicidades de *Femcare* ahora es rojo, y los cuidados para la higiene o los dolores elegidos son temas de charla en la oficina.

Las publicidades de toallitas femeninas tampones, analgésicos, las *influencers*[6] y las famosas en sus redes sociales, en todos estos espacios vemos fotos de mujeres haciendo ejercicio o comentarios sobre que se encuentran siempre en movimiento. Esto responde a un determinado momento y contexto social, en el que se entiende que lo sano es hacer deporte, es mantener el cuerpo activo. Estos discursos que circulan son los que habilitan a las publicidades de analgésicos femeninos a incentivarnos a estar siempre activas, y a su vez estas publicidades influyen y performan las decisiones y acciones que toman las deportistas durante *esos días.*

[6] Cuentas de redes sociales con miles de seguidores que marcan tendencia entre el público que los sigue. Muchas veces elegidos por marcas para hacer campañas o publicidades no tradicionales.

Si a esta "imagen de la mujer" activa le sumamos que las publicidades muestran modelos haciendo deporte, y no deportistas, (o cómo ya comentamos, si muestran deportistas, es porque también trabajan como modelos), podemos inferir que en los discursos publicitarios lo que se busca es dar un mensaje de "poner el cuerpo al servicio de ese cuerpo ideal" (Tarzibachi 2017, p.39). Y si es necesario tomar analgésicos o cambiar la dieta, para que "nada te detenga", hacerlo. Lo importante es no perder el ritmo.

https://www.facebook.com/tafirol/

Esto es lo que llamamos disciplinamiento del cuerpo. Si bien la industria *Femcare* y farmacéutica vinieron a liberarnos[7] del encierro de en las casas, nos educaron para estar activas de una determinada forma: para modelar el cuerpo según el gusto patriarcal, o para estar activo en la fábrica, y responder a una necesidad capitalista. La función del poder disciplinario es "enderezar conductas" y "encauzar" acciones, cuerpos, modos de hacer, y ejerce de manera invisible, pero imponiendo a quienes somete un principio de visibilidad obligatorio. (Foucault, 2002).

[7] En 1951 las primeras publicidades de toallitas higiénicas comparaban dos tipos de feminidades, una atrasada y otra moderna (activa e ideal). La mujer moderna era entendida como activa, y para lograrlo aún en *esos días* debía utilizar toallitas higiénicas. (Tarzibachi, 2016, p.94).

Es en ese sentido que “la promoción de estos productos es su promesa de ´liberación´ de la menstruación. De esta forma, se interfiere que la tendencia será hacia la elección de apósitos que disimulen lo más posible la condición menstrual y no hacia los que promuevan el conocimiento del cuerpo y su aceptación, creando con ello la perpetuación del tabú y, finalmente, la desinformación.” (Mileo 2018, p.75). Acordamos y agregamos, que lo mismo sucede con los fármacos disponibles para paliar o anular los dolores menstruales.

Como pudimos ver a lo largo de la ponencia, encontramos que se utiliza el concepto “liberación” para hacer referencia a que la industria de cuidados femeninos llegó para frenar y paliar los padecimientos que infligen nuestro propio cuerpo. De esta manera, la *indisposición* deja de ser un impedimento para realizar actividades. Acordamos con Tarzibachi (2017) cuando señala que:

> “Menstruar como una mujer moderna” supuso actuar una feminidad que profundizó el posicionamiento de las mujeres en contra de sus cuerpos considerados defectuosos, pero que también les hizo ganar espacios de circulación social en esos días. Esas concepciones sobre la modernización y la liberación de la mujer tecnológicamente “reparada” en ese mismo “defecto” que las hacía mujeres, fueron acompañadas de un contra-movimiento sustentado en nuevas prácticas de disciplinamiento del cuerpo para su regulación y autovigilancia (p.16).

Siguiendo esta línea es que nos preguntamos: ¿de qué nos liberamos?, al fin y al cabo no es otra cosa que una “construcción discursiva centrada en la liberación femenina por una mejor ocultación de los indicios del cuerpo menstrual” (ibid, p.105). Finalmente seguimos atadas a las tecnologías de higiene y cuidados femeninos, porque el sistema nos exige seguir en movimiento aún en e*sos días*. Entonces, podemos decir que no nos liberamos, sino que simplemente cambiamos de ataduras.

https://www.facebook.com/IbupiracArgentina

Re conectar con el cuerpo

Si de algo estamos seguras, es que las mujeres seguimos dejando de hacer cosas por menstruar, o las hacemos más lento, o no les prestamos atención. La menstruación nos afecta. La ciencia dirá que hacer ejercicios físicos disminuye y previene los dolores, e incluso, que mojaría nuestro rendimiento, pero ¿a costa de qué? Queremos tener la libertad de elegir qué hacer durante *esos días*. Porque la afección que sentimos no es sólo dolor, también presentamos cambios de humor, de sentimientos y sensaciones.

Creemos que es importante conectarse con la menstruación y el cuerpo desde un sentido positivo, volver a quedarnos en nuestras casas, quietas. Poder conectarnos con lo que nos pasa. "Hoy en día, la oferta de productos para atender el ciclo menstrual es amplia y variada, (...) Así, para aliviar dolores y malestares, físicos y emocionales, podemos encontrar fármacos; pero también alternativas vinculadas con la ginecología natural y la medicina ancestral" (Felitti, 2016, p. 178).

Estas formas de gestión menstrual no sólo implican un contacto más profundo con el cuerpo, sino también utilizar productos más amigables con el medio ambiente y realizar acciones en conjunto, en compañía de otras mujeres. Implican tener que parar, frenar, dejar de estar permanentemente en movimiento y productivas. Poder utilizar esos días para realizar otras

habilidades específicas, que puedan "afectar activamente el crecimiento físico, emocional, intelectual y espiritual de la mujer" (Gray, 2011, p.17).

Apropiarnos de nuestro cuerpo, comunicarnos con él y a través de él, dejar de ocultar e invisibilizar la menstruación. Volvernos invisibles, pero para el mundo. "Estamos más de treinta años menstruando. Por eso es urgente politizar el ciclo. La sangre menstrual no es ni más ni menos el lugar que alberga al feto en caso de haber fecundación. Todxs venimos de la sangre menstrual. No es ni sucia ni asquerosa. Es vital", explica Anabela Musante en "Curanderas, el libro de útera".

La oferta de sitios web, grupos de Facebook, y cuentas en Instagram que conforman círculos de mujeres menstruantes es inagotable. Cada vez más mujeres se vuelcan a estas terapias alternativas, diferentes maneras de gestionar la menstruación, con la similitud que todas apuestan a una resignificación positiva del sangrado, del útero, del cuerpo menstruante. Trabajan en procesos colectivos, respetando los tiempos, las sensaciones, y las emociones de cada participante. "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" (Felliti, 2016, p.199).

Es importante construir nuevos (viejos) saberes y prácticas con los que nos sintamos libres. Libres de poder elegirlos, libres para poder sentirnos sanas, fértiles y vivas.

Creemos que este es el momento de preguntarnos qué consecuencias tienen estos discursos sobre la práctica de las deportistas, sobre su accionar en relación a su rutina deportiva cuando están menstruando, porque el desarrollo del movimiento de mujeres, las luchas que se están desarrollando y las conquistas conseguidas, son una puerta abierta a plantearnos diferentes cuestiones que nos atraviesan como sujetos. La apertura lograda por el movimiento feminista nos debe permitir iniciar la reconfiguración de los sentidos del cuerpo.

El fin último será poder concientizar sobre la libertad que tenemos de elegir si hacer deporte o nó ya sea competir o entrenar, en *esos días*, sin recurrir al clásico *"tomate un analgésico y vení"*. Quizá es una utopía, pero en ese momento de luchas feministas, coincidimos con Thiébaut (2017): "tal vez llegó el tiempo de recuperar finalmente el poder sobre nuestras vidas y de rehabilitar la sangre menstrual creando nuestras propias reglas" (p.211).

Bibliografía:

- Barrancos, D. (2010). *Mujeres en la sociedad argentina: una historia de cinco siglos*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- Butler, J. (2006). *Deshacer el género*. Barcelona, España: Paidós.

- D´Alessandro, M. (2016). *Economía Feminista: Cómo construir una sociedad igualitaria (sin perder el glamour)*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- Felitti, K. (2016). El ciclo menstrual en el siglo XXI. Entre el mercado, la ecología y el poder femenino. Sexualidad, Salud Y Sociedad (Rio de Janeiro), pp. 175–208. https://doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2016.22.08.a
- Foucault, M. (1969). *La arqueología del saber*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Foucault, M (2002). *Vigilar y Castigar*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Garton, Gabriela y Nemesia Hijós. 2018. '"La deportista moderna': género, clase y consumo en el fútbol, running y hockey argentinos". Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología 30: 23-42. Doi: https://dx.doi.org/10.7440/antipoda30.2018.02
- Gray, M. (2011). *Luna Roja. Emplea los dones creativos, sexuales y espirituales del ciclo menstrual*. Buenos Aires, Argentina: Gaia Ediciones.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London, Sage Publications*, Cap. 1, pp. 13-74. Traducido por Elías Sevilla Casas.
- Mileo, A. (2018). *Que la ciencia te acompañe a luchar por tus derechos.* Buenos Aires, Argentina: Debate.
- Musante, A. (2019) *Curanderas -curanderxs- el libro de útera.* Buenos Aires, Argentina: Útera Ediciones.
- Prestigiácomo, R (1999). *El discurso de la publicidad*. Buenos Aires, Argentina: Colihue.
- Tarzibachi, E. (2016). "El deporte y la recreación durante la menstruación. Historia de una habilitación a partir de las toallas y los tampones descartables en Argentina", en Scharagrodsky, P (comp.), *Mujeres en movimiento. Deporte, cultura física y feminidades (1870-1980)*, Buenos Aires, Argentina: Prometeo.
- Tarzibachi, E. (2017). *Cosa de mujeres. Menstruación, género y poder.* Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- Thiébaut, E. (2017). *Mi sangre. Pequeña historia de las reglas, de aquellas que las tienen y de aquellos que las hacen.* Buenos Aires, Argentina: Hekht libros.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad.* Barcelona, España: Gedisa.

Notas:

- Lewis, A. (26 de marzo de 2019). El ejercicio podría reducir el dolor menstrual, según estudio. CNN. Recuerpado de: https://cnnespanol.cnn.com/2019/03/26/el-ejercicio-podria-reducir-el-dolor-menstrual-segun-estudio/

- Palanques Tost, S. (29 de abril de 2019). Cae el mito de la regla y el deporte: no son incompatibles, el ejercicio incluso alivia el dolor. El País. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2019/04/23/buenavida/1556018176_950997.html?id_externo_rsoc=FB_MX_CM&fbclid=IwAR3Sr4Dfl_K8lVlN31DulILJMe_1GhaxMdzkylYRxKqLnZ6nQbzSa6jBkIY
- (24 de agosto de 2018). Ninguna regla, todas las reglas. Página 12. Recuperado de: https://www.pagina12.com.ar/137032-ninguna-regla-todas-las-reglas