

CUERPOS EN REGLA: SANAS, SEGURAS Y FELICES
Corporalidades y tecnologías de gestión menstrual en Colombia
1965-1975

Karina Bocanegra Marín y Elizabeth Meza Medina
Noviembre de 2018

Director: Edison Acevedo
Universidad Pedagógica Nacional
CINDE-Bogotá
Maestría en Desarrollo Educativo y Social
Línea de Investigación en Socialización Política

Dedicatoria

A quienes menstrúan

A los amorosos cómplices José Ignacio y Martín que engradecen mi vida.

Ha sido potente sentirlos siempre ante las ausencias necesarias,
este trabajo fue posible también por ustedes.

A Oswaldo por su aporte a un mundo justo y mejor,
su aliento hoy es débil pero su ejemplo de lucha siempre será fortaleza.

Elizabeth

A mi familia y compañero,
por los tiempos en los que mi menstruación ha tenido que ver con ustedes.

Karina

Agradecimientos

A la profesora Claudia Ximena Herrera por empujar los límites.
Al profesor Edison Acevedo, por compartir con nosotras esta perspectiva,
otros lentes para agitar historias.

A Ricardo y Gloria por sus aportes en la narrativa de este trabajo.

De la menstruación

“Me gustan las gotas que caen en el váter. Es como pintura”

Fragmento de Eve Ensler. Monólogos De La Vagina. (2016)

xv

qué solitario

tu llanto silencioso

de miedo, de alegría

la noche que en tu lecho de niña
y señalada con un trazo de sangre

en una adolescente milagrosa

despertaste transfigurada

José Manuel Arango

Poema xv de su libro Signos (1978).

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Realidad al servicio</small>	FORMATO	
	RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE	
Código: FOR020GIB	Versión: 01	
Fecha de Aprobación: 10-10-2012	Página 5 de 155	

1. Información General	
Tipo de documento	Tesis de Grado de Maestría
Acceso al documento	Universidad Pedagógica Nacional. Biblioteca Central.
Título del documento	Cuerpos en regla: sanas, seguras y felices. Corporalidades y tecnologías de gestión menstrual en Colombia 1965-1975
Autor(es)	Bocanegra Marín, Angie Karina; Meza Medina, Elizabeth
Director	Acevedo Ortiz, Edison
Publicación	Bogotá. Universidad Pedagógica Nacional, 2018. 141p.
Unidad Patrocinante	Centro Internacional de Educación y Desarrollo CINDE; Universidad Pedagógica Nacional
Palabras Claves	MENSTRUACIÓN; GENEALOGÍA; CORPORALIDADES MENSTRUANTES; TECNOLOGÍAS DE GESTIÓN MENSTRUAL; MUJERES; MENSTRUACIÓN.

2. Descripción
<p>Esta tesis propone desentramar la corporalidad menstrual como verdad biológica, ubicando en términos del poder y el saber, las rupturas y discontinuidades encontradas en publicidad, a partir de una genealogía de las prácticas discursivas que circularon en los anuncios de revistas en Colombia entre 1965 y 1975. La menstruación aquí es mostrada como hecho político y social, que se fue performando sobre la promesa de la salud y la modernidad en las corporalidades menstruantes, exaltadas como seguras, sanas, liberadas y felices, en contraste con unos cuerpos disciplinados y autogestionados, que rechazaron y ocultaron su sangre, obligados a aparentar ser cuerpos a-menstruales.</p>

3. Fuentes
<p>Fuentes primarias Bayer. (1930) <i>Cromos</i>, [Publicidad impresa]. <i>Cafiaspirina</i>. Bogotá Bayer. (1968) <i>Cromos</i>, [Publicidad impresa]. <i>Cafiaspirina</i>. Bogotá Bejarano, J (1932) Exposición de motivos sobre la Ley que Crea la Escuela Superior de higiene. <i>Revista de la Facultad de Medicina</i>, 1(4), 228-230 DOI: 10.15446/revfacmed</p>

- Boletín Bibliográfico, (1933) Universidad Nacional, Facultad de Medicina-Biblioteca. *Revista de la Facultad de Medicina*, 2(4), 273-293 ISSN electrónico 2357-3848. ISSN impreso 0120-0011.
- Buenhogar* (1975). Artículo *La Medicina al Día. Por Ana*. Bogotá.
- Caballero, V. (1968) *Cromos*, Vilma, Temas en Relieve - La Mujer en el Siglo XX
- Cromos* (1973) Sección Cromoellas, *Deporte y Belleza femeninas*. Bogotá
- Cromos* (1975) Artículo. *¿Qué esconde la Channel?* de Oscar Castaño. Bogotá.
- Dif. (1974). [Publicidad impresa]. Dif desodorante íntimo femenino. *Cromos*. Bogotá
- Dr. Chase (1940). [publicidad impresa] *Mujeres de cuarenta años*. *Cromos*. Bogotá.
- Ilusión*. (1968) *La comprensión Femenina, Ilusión*. Bogotá
- Ilusión* (1967).
- Johnson & Johnson (1966). [Publicidad impresa]. Modess-Alegre, confiada, sin preocupaciones con Modess. *Cromos*. Bogotá
- Johnson & Johnson (1967). [Publicidad impresa]. Modess- Sólo usted y Modess lo saben. *Cromos*. Bogotá
- Johnson & Johnson (1967). [Publicidad impresa]. Modess- Sólo usted y Modess lo saben *Cromos*. Bogotá
- Johnson & Johnson (1967). [Publicidad impresa]. Modess-Alegre...confiada sin preocupaciones con Modess. *Cromos*. Bogotá
- Johnson & Johnson (1974). [Publicidad impresa]. Pequeñas cosas capaces de cambiar definitivamente su vida. Los tampones o.b. *Buenhogar*. Bogotá
- Johnson & Johnson (1974). [publicidad impresa]. *Steyfree hace tus días más libre y seguros*, *Buenhogar*. Bogotá.
- Johnson & Johnson (1975). [publicidad impresa]. Steyfree autoadhesible. *Buenhogar*. Bogotá.
- Kimberly Clark Corporation (1974). [publicidad impresa]. *Kotex Liberté-autoadhesivas* *Buenhogar*. Bogotá.
- Kimberly Clark Corporation. (1964) *Kotex En los estudios... Hay una que se siente tan bien como las demás*. *Cromos*, Colombia
- Kimberly Clark Corporation. (1965) *Kotex*. En los deportes... Hay una que se siente tan bien como las demás. *Cromos*, Bogotá.
- Kimberly Clark Corporation. (1973) Nuevas toallas sanitarias Secreto, más suaves...más absorbentes...más económicas...y". *Cromos*, Bogotá.
- Laboratorio Chatelain. (1936). [publicidad impresa] *Fandorine contra las enfermedades de la mujer*. *Cromos*, Bogotá.
- Laboratorio JGB. (1965). [publicidad impresa] *¿Confiada? Gyneben Para la higiene íntima de la mujer*, *Cromos*. Bogotá.
- Laboratorio JGB. (1965). [publicidad impresa] *¿Fresca? Gyneben Para la higiene íntima de la mujer*, *Cromos*. Bogotá.
- LaboratorioS JGB. (1969). *Nunca más. Una historia ÍNTIMA*. *Cromos*. Bogotá.
- LaboratorioS JGB. (1969). *He cambiado para ti. Una historia ÍNTIMA*. *Cromos*. Bogotá.
- Los Polvos Venus (1940). [publicidad impresa] *Los Polvos Venus*. *Cromos*, Bogotá.
- Norforms (1964, octubre). [publicidad impresa] *Noticia importante para la mujer casada*.

Cromos. Bogotá.

Nosotras. (2018). [Twitter] #ElRojoNoMeSonroja, 6 de junio de 2018. Bogotá.

Ovulos Padco (1940) [publicidad impresa] *No sufra en silencio*. Óvulos Padco. *Cromos*. Bogotá.

Ovulos Padco (1940) [publicidad impresa] *No sufra en silencio*. *Cromos*. Bogotá.

Píldoras tocológicas del Dr. Bolet (1940). [publicidad impresa] *La salud de la mujer*. *Cromos*, Bogotá.

Revista Ilusión (1967,) Columna de opinión. Los derechos de la mujer. Junio 4.

Revista Ilusión (1967,) Columna de opinión. Nuevos deberes, nuevos derechos. Agosto 5

Tampax incorporated (1964). *Tampax, la moderna protección sanitaria, usado por las mujeres que saben y triunfan*. *Cromos*. Bogotá.

Tampax incorporated (1975). [Publicidad impresa]. *Eres o demasiado joven o demasiado mayor*. Tampax la protección interna en más mujeres confían. *Buenhogar*. Bogotá

Tampax incorporated (1975). [Publicidad impresa]. Fiesta playera. Tampax la protección interna en más mujeres confían. *Buenhogar*. Bogotá

Tampax incorporated (1975). [Publicidad impresa]. Mujeres dignas de admirar. *Buenhogar*, Bogotá

Tampax incorporated (1975). [Publicidad impresa]. *Tú el mar y el verano*. Tampax la protección interna en más mujeres confían. *Buenhogar*. Bogotá

Trichontine (1966) [publicidad impresa] *Señora, su felicidad puede estar en peligro*. *Cromos*, Bogotá.

Wills, O. (1969). ¿Cómo deben intervenir las mujeres en las campañas electorales? *Cromos*, agosto 12.

Zonite (1949). [Publicidad impresa] *Las mujeres no necesitan angustiarse*, *Cromos*. Bogotá.

Bibliografía

Alarcón, M. A. (2005). Algunas consideraciones antropológicas y religiosas alrededor de la menstruación. *Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología*. 56 (1), 35-45.

Alarcón, M. A., Blanco, L. (2006). Creencias, actitudes y vivencias mágicas alrededor de la menstruación entre las mujeres de Bucaramanga. *Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología*. 57 (1), 19-26.

Arendt, H. (1997). *¿Qué es la política?* Barcelona: Paidós.

Arango, J. (1978). Signos. Medellín. Ediciones Universidad de Antioquia – Extension cultural

Aveda, E. (2006). *Capitalizing on The Curse*. The Bussiness of Menstruaction. Colorado: Lynne Rienner Publishers.

Barrera, O. (2011). El Cuerpo en Marx, Bourdieu y Foucault. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 6(11), 121-137. Recuperado el día 11 de junio de 2018, de la Fuente: <http://www.redalyc.org/pdf/2110/211019068007.pdf>

Barrientos R. D. (2009). Kimberly, 40 años en Colombia. *El Mundo*. Recuperado el día 15 de julio de 2017, de la Fuente: <http://www.elmundo.com/portal/resultados/detalles/?idx=114395>

Bermúdez, T., Carvalho, M. H. (2016). *Letra Escarlata, estudios sobre la representación de la menstruación*. Berlín: Frank & Timme.

Bohórquez, B., Aguirre, J. (2010) *Mujeres y dignidad humana. Antecedentes en el Sistema*

- Interamericano y en el Derecho constitucional de Colombia. *Reflexión Política* 12(23) Recuperado el día 10 de mayo de 2018, de la Fuente: [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-MujeresYDignidadHumanaAntecedentesEnElSistemaInter-3268460%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-MujeresYDignidadHumanaAntecedentesEnElSistemaInter-3268460%20(1).pdf)
- Bourdieu, P. (1986). Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo. En *Materiales de Sociología Crítica*. Madrid: La Piqueta.
- Bourdieu, P. (1999). *Meditaciones Pascalianas*. Barcelona: Anagrama.
- Brouille, P. A. (1887). *Lección clínica en la Salpêtrière*. [Óleo sobre lienzo]. Recuperado el día 16 de julio de 2018, de la Fuente: <https://franciscojaviertostado.com/2013/03/27/la-medicina-en-el-arte-pintura-un-caso-de-histeria/>
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del 'sexo'*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Canales, J. (2012). *La Arqueología del Saber de Michel Foucault o la Caja de Herramientas: Un Análisis Enunciativo de Resistencia a los Dispositivos*. (Tesis de pregrado) Universidad de Chile, Santiago, Chile. Recuperado el día 12 de septiembre de 2018, de la Fuente: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111480/Canales%20Javiera.pdf?sequence=1>
- Castro, E. (2005). *El vocabulario de Michel Foucault*. Un recorrido alfabético por sus temas, conceptos y autores. Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado el día 6 de junio de 2018, de la Fuente: http://www.cieg.unam.mx/lecturas_formacion/sexualidades/modulo_9/sesion_1/complementaria/Edgardo_Castro_El_vocabulario_de_Michel_Foucault.pdf
- Castro-Gómez, S. (2010) *Historia de la Gubernamentalidad*. Razón de Estado, liberalismo y neoliberalismo en Michel Foucault. Bogotá: Siglo del Hombre.
- Cortéz, S., Marván, M., & Lama, C. (2006). Análisis de la publicidad de productos relacionados con la menstruación en revistas dirigidas a adolescentes. *Psicología y Salud, Instituto de Investigaciones Psicológicas, Universidad Veracruzana*. 14(001), 113-120, ISSN: 1405-109
- Csordas, T. J. (1990). Embodiment as a Paradigm for Anthropology. *American Anthropological Association*, 18(1), 5-47. Recuperado el día 01 de mayo de 2018, de la Fuente: <https://www-jstor-org.ezproxy.unal.edu.co/stable/640395>
- Cuevas, A., Cuauhtemoc, C., Herrán, S., Hernández, I., Paredes, O., Paradas, A. (2010). Higiene íntima femenina y vaginosis bacteriana. Encuesta Epidemiológica Latinoamericana 2008. *Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología* 61(3), 198-205. Recuperado el día 11 de junio de 2018, de la Fuente: <https://revista.fecolsog.org/index.php/rcog/article/view/265/270>
- De Sousa Santos, B. (2005). *El milenio huérfano*. Ensayos sobre una nueva cultura política. Bogotá: Editorial Trotta / Ilsa.
- Duch, L. y Melich, J. C. (2012). *Escenarios de la Corporeidad. Antropología de la vida cotidiana* 2/1. Madrid: Trotta
- Escribano, J. (2011). Fenomenología y antropología de la corporalidad en Bernhard Waldenfels. *Ética & Política / Ethics & Politics*, XIII, 1, pp. 86-98. Recuperado el día 10 de mayo de

2018, de la Fuente:

https://www.openstarts.units.it/bitstream/10077/5631/1/Escribano_E%26P_XIII_2011_1.pdf

Eve, E. (2016). *Monólogos De La Vagina*. Barcelona: Planeta.

Felitti, K. (2016). El ciclo menstrual en el siglo XXI. Entre el mercado, la ecología y el poder femenino. *Revista de Sexualidad, Salud y Sociedad*. On-line versión ISSN 1984-6487: Río de Janeiro. Recuperado el día 02 de febrero del 2018, de la Fuente:
http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1984-64872016000100175&script=sci_arttext&tlng=es#B6

Foucault, M. (1979). *Microfísica del poder*. Madrid: Ediciones La Piqueta.

Foucault, M. (1998). *Los cuerpos dóciles en Vigilar y Castigar*. España: Siglo XXI Editores.

Foucault, M. (1999). *La gubernamentalidad*. En Obras esenciales. Volumen III: Estética, ética y hermenéutica. Barcelona: Paidós.

Foucault, M. (2006). *Genealogía del Racismo*. Argentina: Editorial Altamira.

Foucault, M. (2009). *Vigilar y Castigar*. México: Siglo XXI Editores.

Foucault, M. (2010). *Arqueología del saber*. México: Siglo XXI Editores.

Foucault, M. (2014). *Nietzsche, la Genealogía, la Historia*. España: Pre-textos.

Freidenfelds, L. (2009). *The Modern Period. Menstruation in Twentieth-Century America*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

Gallego, J. (1999). Se vende: hombres y mujeres en publicidad. *El Ciervo*, 48(582/583), 32-33.

Recuperado el día 8 de julio de 2018, de la Fuente: <https://www.jstor.org/stable/40822512>

Gómez, L. M., Salive, M. C. (2012) Pliegues y reverses: mujeres, publicidad y concepciones del cuerpo y el vestido en Bogotá, 1920-1930. *Revista La Manzana de la Discordia*, 7(2), 71-82. DOI: <https://doi.org/10.25100/lamanzanadeladiscordia.v7i2.1563>

Gómez, L. (2008). *Tres ideas de lo moderno en la concepción del hogar: Bogotá, años cincuenta*. Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Artes.

Grupo Familia (s.f.) *El Grupo Familia en la Historia*. Colombia: Grupo Familia. Recuperado el día 15 de febrero de 2018, de la Fuente:

<http://www.grupofamilia.com.co/es/grupo/Paginas/historia-grupo-familia.aspx>

Guillo, M (2013). La in-corporación de la investigación: políticas de la menstruación y cuerpos (re) productivos. *Nómadas*, (39), 233-245.

Herrera, C. X. y Ojeda, C. M. (2016). El amor y aquello de ser mujer: aproximaciones a la configuración de lo femenino en la escuela colombiana (siglos XIX y XX). *Actualidades Pedagógicas*, (67), 115-133. DOI: <http://dx.doi.org/10.19052/ap.3733>

Houppert, K. (2000). *La menstruación: Desmontando el último Tabú femenino*. Juventud: Barcelona

Johnson & Johnson (s.f.) *En Colombia, Nuestra Historia*. Colombia: Johnson & Johnson de Colombia S.A. Recuperado el día 15 de febrero de 2018, de la Fuente:

<https://www.jnjcolombia.com/rhnuestra-historia-colombia>

Kohen, M., Meinardi, E. (2016). Problematizando las Enseñanzas sobre la menstruación en la escuela: lo disimulado, lo negativo, lo silenciado. *Biografía, Escritos sobre la Biología y su Enseñanza*, 9(16), 179-183. Recuperado el día 11 de junio de 2018, de la Fuente:

file:///C:/Users/User/Downloads/4508-12578-1-SM.pdf

- Lasprilla, V. A. (2009). *Chagras y Mujeres Indígenas: significado y función del trabajo femenino en la comunidad indígena Ticuna*. San Sebastián de los Lagos. (Tesis de Maestría) Universidad Nacional de Colombia, Leticia Amazonas. Recuperado el día 13 de septiembre de 2018 de la Fuente: [2018http://www.bdigital.unal.edu.co/6631/3/victoriaandrealasprillalopez.2009.parte1.pdf](http://www.bdigital.unal.edu.co/6631/3/victoriaandrealasprillalopez.2009.parte1.pdf)
- Levítico (1960). *La Santa Biblia*. Antigua versión de Casiodoro de Reina (1569) revisada por Cipriano de Valera (1602) otras revisiones: 1862, 1909 y 1960.
- López, J.J. y López Aliño J.J. (1974). *El cuerpo y la corporalidad*. Madrid: Gredos. Recuperado el día 10 de mayo de 2018, la Fuente: <https://es.scribd.com/document/212553299/El-Cuerpo-y-La-Corporalidad-Lopez-Ibor>
- Mazzoldi, M. (2004). Simbolismo del ritual de paso femenino entre los Wayuu de la alta Guajira. *Revista Magaré*, (18), 241-26. Recuperado el día 12 de septiembre de 2018, de la Fuente: <http://bdigital.unal.edu.co/16110/1/10946-24195-1-PB.pdf>
- Millán de Benavides, C; Estrada, A. (2004). *Pensar (en) género: teoría y práctica para nuevas cartografías del cuerpo*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Morales, C. Correal, C. (2016). Creencias y Vivencias de Mujeres Adultas Sobre la Menstruación en el Municipio de Cota, Colombia. *Revista Salud Bosque*, 6(1), 55-64. Recuperado el día 1 de junio de 2018, de la Fuente: http://m.uelbosque.edu.co/sites/default/files/publicaciones/revistas/revista_salud_bosque/volumen6_numero1/007_Articulo5_Vol6_No1.pdf
- Morey, M. (1990). Sobre El Estilo Filosófico De Michel Foucault. Una Crítica De Lo Normal. En: Balibier, E. (Et.Al): *Michel Foucault, Filósofo*.
- Muñoz, D. L. (2017) Menstruación y patriarcado: discursos de poder en los carteles de baños de mujeres. *Revista Contextos* (38), 129-143, ISSN: 0719-1014.
- Navarro, M. (2002) *Cuerpos Invisibles, Cuerpos Necesarios*. Cuerpos de Mujeres en la Biblia: Exogénesis y Psicología. Tierra Nueva: España. Recuperado el día 6 de mayo de 2018, de la fuente: <https://es.scribd.com/document/247061172/192097187-Navarro-Mercedes-Cuerpos-Invisibles-Cuerpos-Necesarios-doc>
- Nieves, O. V. (2012). Foucault, el poder y la psicopatologización de las mujeres: coordenadas para el debate. *Teoría y crítica de la psicología* 2, 148–159. ISSN: 2116-3480
- Ochoa, G. (2014). Prácticas culturales relativas a la reproducción humana en Colombia. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 32, (Número Especial). Recuperado el día 3 de mayo de 2018, de la Fuente: file:///C:/Users/User/Downloads/21161-76798-1-PB.pdf
- Ochoa, J. M. (2015) *Cubrirla de flores para que no parezca de hierro, Producción y reproducción de la heterosexualidad en la prensa escrita colombiana 1920 -1925*. (Tesis de maestría). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Escuela de Estudios de Género.
- Peláez, M. M. (s.f.). Derechos Políticos y Ciudadanía de las Mujeres En Colombia: *Cincuenta Años Del Voto Femenino*. Recuperado el día 1 de noviembre de 2018, de la fuente:

- http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xH9Cj1O5ouAJ:pmayobre.webs.uvigo.es/textos/margarita_pelaez/voto_colombianas.doc+&cd=9&hl=es&ct=clnk&gl=co
- Pessi, M. S. (2010). Tabú y Publicidad, El titular en avisos publicitarios gráficos de productos para el período menstrual (1930-1955). *Revista Electrónica de estudios filosóficos*, N° 19 ISSN 1577-6921. Recuperado el día 3 de febrero de 2018, de la fuente: <http://www.um.es/tonosdigital/znum19/secciones/estudios-19-tabu.htm>
- Preciado, B. (2009). La invención del género, o el tecnocordero que devora a los lobos. En *Conversaciones Feministas, Biopolítica*. Recuperado el día 15 de septiembre de 2018, de la Fuente http://www.ms.gba.gov.ar/ssps/residencias/biblio/PreciadoB_Biopolitica_genero.pdf
- Quiñonez, J. A. (2017). *Sentir los Cuerpos Socialmente: El Imaginario de la Menstruación en el Círculo de Mujeres 13 Lunas* (trabajo de titulación de pregrado). Quito, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado el día 11 de junio de 2018, de la Fuente: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14481/1/UPS-QT11909.pdf>
- Ramírez, M. (2010). *La mujer en la historia de la educación superior en Colombia*. Recuperado el día 01 de noviembre de 2018, de la fuente: <https://noticias.universia.net.co/vida-universitaria/noticia/2010/03/08/258244/mujer-historia-educacion-superior-colombia.html>
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles*. Estrategias del desencanto. Bogotá: Editorial Norma.
- Restrepo, V., & López, S., & Vélez, B. (2000). Sangre: Valencias Culturales e Identidades Juveniles en el Contexto Colombiano. *Nómadas*, (13), 126-134. Recuperado el día 10 de agosto, de la Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105115264011>
- Rincón, E. (2016). Las Mujeres según la Publicidad de los años 20. *Colección Académica de Ciencias Sociales*, 3(1), 53-66. Recuperado el día 8 de julio de 2018, de la Fuente: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciassociales/article/view/6194/5684>
- Ríos, A. (2018). Conozca en qué consiste Juntas somos más fuertes, de la marca Nosotras. *Revista P&M*. Recuperado el día 10 octubre de 2018, de la Fuente: <https://www.revistapym.com.co/comunicacion/juntas-somos-mas-fuertes>
- Rodríguez, I. (2016) El cuerpo como principio de libertad en Spinoza. *Daimon. Revista Internacional de filosofía*, Suplemento 5. Recuperado el día 24 de agosto de 2018. <http://dx.doi.org/10.6018/daimon/269451>.
- Reguillo, R. (2007) *Estrategias del desencanto*. La emergencia de culturas juveniles en Latinoamérica. Bogotá: Editorial Norma.
- Sibilia, P. (2009). *El hombre Postorgánico*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Stein, E., Kim, S. (2009). *Flow: The Cultural History of Menstruation*. New York: St. Martin's Griffin.
- Sutton, B. (2017). *Zonas de clandestinidad y políticas del cuerpo*. Recuperado el día 22 de agosto de 2018, de la fuente <file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/40009-170020-1-PB.pdf>
- Tarziabachi, E. (2016). Usos comerciales y transnacionales del etiquetamiento menstrual y la liberación femenina. Las primeras publicidades de tampones o.b. en Estados Unidos y Argentina (1977-1978). *Revista Razón y Palabra*, 20(1-92), 1002-1029. Recuperado el día 13 de febrero de 2018, de la fuente:

<http://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/840>

- Tarziabachi, E. (2017). *Cosa de mujeres. Menstruación, género y poder*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Tovar, P. (2014a). *De Historias, Histerias e Histerectomías: La construcción de los discursos médicos y los imaginarios sobre la reproducción femenina*. Seminario hacia una Agenda sobre Sexualidad y Derechos Humanos en Colombia. Bogotá: Centro de Estudios Sociales, Universidad Nacional de Colombia, Centro Latinoamericano de Sexualidad y Derechos Humanos. Recuperado el día 11 de junio de 2018, de la Fuente: <http://www.clam.org.br/uploads/conteudo/semsexcolombia.pdf>
- Tovar, P (2014b). El Cuerpo Subordinado y Politizado: reflexión crítica sobre género y antropología médica. *Revista Colombiana de Antropología*, 40 (enero-diciembre), 253-282.
- Veyne P. (1984). *Cómo se escribe la historia. Foucault revoluciona la historia*. Madrid: Alianza.
- Viveros, M. (1999). Saberes y Dolores Secretos. Mujeres, Salud e Identidad. En *Antología Latinoamericana y del Caribe: Mujer y Género, Periodo 80 – 90*. Universidad De Costa Rica, 2, 191-207. ISBN: 9992436024
- Vostral. S. (2008). *Under Wraps: A History of Menstrual Hygiene Technology*. (Bajo Envolturas: Una Historia sobre las Tecnologías de Higiene Menstrual) Lexington Books. DOI: 10.1080/00497878.2011.537993
- Weiss-Wolf, J. (2017). *Periods gone Public. Talking a stand for Menstrual Equity*. New York: Arcade Publishing.
- Zuleta, M., Cubides, H., Escobar, R. (2007) *¿Uno o varios mundos? Diferencias, subjetividad y conocimiento en las ciencias sociales contemporáneas*. Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.

4. Contenidos

Capítulo 1: Introducción, una pregunta desde el presente y las cuestiones metodológicas. En este capítulo se comparte la experiencia personal de la investigación y las inquietudes que desde el presente, remitieron un interés por la menstruación como fenómeno político; se sitúa la pregunta: ¿Cómo devienen las corporalidades menstruales en la publicidad sobre tecnologías para la gestión menstrual en Colombia, entre los años 1965 y 1975?, donde se hace necesario el abordaje metodológico *genealogía – arqueología* propuesta por Foucault, como análisis de discontinuidades y rupturas, no desde el orden de sucesos ocultos que dan cuenta de un cuerpo que menstruaba en respuesta a la fragmentación a que ha sido sometido, ni desde su recuento progresivo tomando como punto de partida el origen de los apósitos para la sangre menstrual, sino desde los acontecimientos como tal, es decir desde su movilización cotidiana en documentos a menudo ignorados como el archivo publicitario, que transforma corporalidades a través de las prácticas discursivas, enunciadas en tecnologías para la gestión menstrual en la década mencionada.

Capítulo 2: Apreciaciones conceptuales, corporalidades menstruales y publicidad. El capítulo permite una introducción conceptual que hace las veces de una ventana analítica, que fue retroalimentada con lo encontrado en el ejercicio de archivo y de análisis del mismo. Se presenta

un debate alrededor del cuerpo y la corporalidad, retomando esta última como categoría de análisis pertinente para el ejercicio genealógico, tomando algunos elementos de la perspectiva fenomenológica, pero a su vez permitiendo una distancia de la corporalidad como experiencia, para más bien retomarla como subjetivación, desde las tensiones, rupturas y contradicciones que se ponen sobre el cuerpo desde diferentes prácticas discursivas. Por otro lado, se ubica la menstruación como narrativa social y política, abordada como *corporalidades menstruantes*, a partir de una breve lectura sobre cuerpos que menstrúan, desde el libro del levítico hasta las prácticas médicas y psiquiátricas contemporáneas. La perspectiva sobre la publicidad cierra este capítulo, resaltando la importancia de estudios sobre las corporalidades menstruantes, que involucran análisis publicitarios en los que se comercializaron toallas, tampones, protectores diarios y otras tecnologías que permitieron gestionar la menstruación; en tal sentido, también se rescatan las dinámicas del mercado, a través de la venta y consumo de las tecnologías mencionadas, y una descripción de las revistas que circulaban en las décadas de los 60 y 70 en Bogotá, como documentos claves para la socialización y emergencia de la etiqueta, la moda y el comportamiento apropiado para las mujeres modernas. **Capítulo 3: Enunciados, frescas y seguras.** En este capítulo se ubica tanto los enunciados como su análisis, es decir lo que se dijo, los silencios, y las condiciones de posibilidad que permitieron discursos sobre las corporalidades menstruantes a través de la publicidad de la revista Cromos, Buenhogar, Ilusión y Laura desde el año 1965 y 1975. En la primera parte: **Frescas: Higienización de los cuerpos**, se revisa además publicidad entre el año 1935 y 1940 de la Revista Cromos; se plantea una ruptura importante sobre las corporalidades menstruantes, relacionada con los discursos de higienización de la sociedad que empezaron a circular en la primera mitad del siglo XX en Bogotá. Desde allí se resalta la necesidad de una corporalidad limpia, tanto desde la ocultación meticulosa del sangrado menstrual, como desde la exaltación de la moral judeo-cristiana y la urgencia de higienizar la sociedad a partir de esa idealidad moral, en la que la publicidad evocaba mujeres comprometidas con los roles tradicionales asignados socialmente, como cuidadoras, amorosas, esposas y madres ejemplares; todo lo cual se expresa a través de tres enunciados: *Higiene Modernos concepto del servicio social*, *Los malestares propios de su sexo*, y *el secreto íntimo de la casada feliz*. En la segunda parte de los enunciados: **Seguras: al encuentro de la mujer moderna**, se resalta la simultaneidad de la publicidad enfocada en una promesa de libertad y actividad propios de las mujeres modernas, con artículos de mujeres sufragistas y el contexto de movimientos de mujeres que reivindicaron otros escenarios de participación de las mujeres; a través de tres enunciados: *Stayfree: La mujer moderna es más libre y activa*; *Kotex, su mejor y más íntima amiga*, y *Tampax: La seguridad crea confianza*, ese discurso de libertad posibilitó una idea de mujer moderna, que debía estar activa y sentirse confiada de sí misma, mientras ocultaba de manera efectiva el sangrado menstrual con las tecnologías, aclamadas como símbolo de modernidad y necesidad para mantenerse esos otros escenarios de participación de las mujeres: el matrimonio y la maternidad, pero al tiempo, los deportes, el trabajo y la belleza. El capítulo cierra con un último elemento reiterado en lo encontrado, sobre todo en las Enciclopedias para Mujeres y en las Revistas de Medicina y de Obstetricia, a través del enunciado: *Tener la Regla: una menstruación regular es signo de buena salud*, la menstruación se expresó saludable en tanto Regla, que no sólo fue el nombre más común en los años 60 según el Léxico del cuerpo humano de Luís Flóres,

además, al entenderse como ciclo, legitimado por la ciencia, la publicidad movilizó prácticas que interpelaban cada uno de esos días del ciclo, ya no sólo los días de sangrado. **Capítulo 4: Conclusiones y aperturas.** Finalmente se recogen las conclusiones y las posibilidades del debate que se abren con este ensayo genealógico, como se muestra más adelante en el apartado 6.

5. Metodología

La masa documental constó de 554 revistas, correspondientes a las publicaciones semanales de Cromos entre los años 1965 a 1975; 19 correspondientes a la publicación mensual de la revista Buenhogar desde 1969 hasta 1971; 6 de la Revista Ilusión desde 1968 a 1969, y 12 de la Revista Laura entre 1974 y 1975. Además, se revisaron 306 revistas de Cromos, correspondientes a la publicación semanal entre el año 1935 y 1940, algunos artículos de Enciclopedias para la mujer, remitidos por la publicidad de las revistas mencionadas, y otros retomados de la revista de la Facultad de medicina de la Universidad Nacional de Colombia, y de la Revista de obstetricia y ginecología.

La primera aproximación se realizó sobre la Revista Cromos, y desde allí se remitió la búsqueda a las demás revistas mencionadas; esta revisión inicial además arrojó datos de interés para la revisión de *Enciclopedias para mujeres*, cuya revisión se hizo desde la búsqueda facetada en la biblioteca Luís Ángel Arango, filtrando la búsqueda desde el año 1965 hasta 1975. Esta búsqueda arrojó cinco (5) Enciclopedias como resultado, de las cuales se revisaron cuatro (4) que estaban en Bogotá y se incluyeron como parte de la masa documental.

De lo anterior se tomaron fotografías sobre los anuncios y posteriormente se organizaron por años en carpetas, se transcribieron y se hizo una descripción de los anuncios que contenían imágenes. Posteriormente se realizó una tematización de la transcripción de los anuncios y artículos de las revistas, donde se ubican en un primer momento unas categorías generales, organizadas y contabilizadas en un cuadro de excel, lo cual conformó la masa documental de ese Archivo publicitario o la suma de enunciados de la presente investigación. Después se afinaron dichas categorías, y se organizaron en los dos grandes títulos de Enunciados que se recogen como: *Frescas: higienización de los cuerpos*, *Seguras: al encuentro de la mujer moderna*. Las descripciones de las imágenes se asociaron con las categorías, para luego hacer el análisis desde los enunciados correspondientes.

6. Conclusiones

1. Las corporalidades menstruales que se movilizaron para las mujeres de Bogotá, entre la década de 1965 a 1975, a través de las revistas *Cromos*, *Laura*, *Buenhogar* e *Ilusión*, devienen silenciadas, sucias, vergonzantes y secretas; un cuerpo menstrual que se oculta eficientemente y continúa sus ritmos productivos. La corporalidad menstrual se anunció como silencio, una corporalidad que sólo fue legítima cuando no menstruaba o como masculina, moderna, madre. Esto se relaciona con la propuesta de Bourdieu (1986) sobre los cuerpos ideales o legítimos y los cuerpos reales, en dos vías; por un lado, la corporalidad anunciada desde la publicidad no era menstrual, los anuncios como tal no tocaron la menstruación ni siquiera como un hecho biológico,

menstruar fue ilegítimo, pese a que en efecto se estaba vendiendo un producto para mujeres que menstruaban, para esos cuerpos reales. Sólo alguna publicidad de tampones hizo referencia a la menstruación y apeló a la anatomía interna de las mujeres para exponer la manera en que se ubicaría el producto.

Por otro lado, la corporalidad que se legitimó fue una corporalidad activa, inquieta, y feliz, que era todo lo que se negaba cuando se mencionaba la menstruación, la regla, los achaques de mujer o las enfermedades propias de su sexo. Además, estas corporalidades fueron legitimadas a través de la idea de una mujer moderna y de clase alta, incluso la revista *Cromos* mencionaba en sus páginas: “selectividad”, “Nuestro medio llega cada semana a las 33.000 familias más selectas de Colombia y de mayor poder adquisitivo”. “Anuncie en Cromos”. (Cromos, 1966).

La medicina del siglo XX supuso un control exhaustivo de la corporalidad menstrual, mediante su enunciación como regla o ciclo, ya no como sangre sobrante o como sinónimo de ovulación, sino como sangre infértil y por tanto inútil. Sin embargo, estos discursos en conjunto reafirmarían la debilidad de la corporalidad e impulsarían un repudio mayor. La sangre inútil implicaba una ruptura con la idea mujer-madre, lo cual posibilitó la práctica de ocultación. La sangre azul en este sentido, no sólo fue una manera de ocultar el color real de la sangre, evidencia de ese repudio social hacia la menstruación misma, sino que, a modo de metáfora, como lo plantea Tarzibachi (2017), se refería a “esa que corre por las pieles de la aristocracia, la nobleza. Una sangre limpia, una sangre “de clase” (p. 127).

2. En el marco del proceso de higienización del país, entrado el siglo XX, no se proclamó únicamente la limpieza del cuerpo en el sentido del baño o la exhaustividad en el lavado de cada superficie corporal; junto con ello, se designó la limpieza misma de la sociedad. La reivindicación de una pulcritud moral fue su objeto, a través de un servicio social que permitiera la prevención de la enfermedad, la rehabilitación y la *consolidación de la familia*; un sacrificio exaltadísimo, pero necesario para acabar con los vicios morales. La gestión de la higiene en tal sentido, implicó una limpieza sobre la moral, que se ejercía para las mujeres y desde ellas como esposas y madres, hacia la estructura familiar. De tal manera, la *falta de higiene* se convirtió en algo peligroso para la salud, pero también para la fuerte estructura primaria de la sociedad cristiana: la familia.

Por otro lado, se presentó una tensión sobre la protección y seguridad que ofrecieron los productos para la higiene genital durante los años 30, pues tuvieron que recurrir a la *seguridad* del producto sobre el *órgano* y su exaltación como delicado, para resguardar su compromiso con la salud y la limpieza, teniendo en cuenta que algunos productos contenían incluso cianuro. La vagina se movilizó, sin ser nombrada, como superficie de inscripción de la higiene a toda costa, por su imagen de suciedad, por secretar fluidos -no solo la sangre menstrual-, pero además porque representó el pecado de la sexualidad de las mujeres, misterio y prohibición, el cual no podía siquiera nombrarse.

3. El discurso de liberación de las mujeres fue clave para la venta de tecnologías de gestión menstrual, porque por un lado se invitaba a la modernización de los cuerpos, situando como anticuados los trapitos y remedios caseros para la gestión de la menstruación, y por otro lado anunciaba estas tecnologías, cada vez más sofisticadas y diversas, como un salvavidas frente a la posibilidad de que la menstruación se hiciera pública, con límites expresos del lenguaje para nombrar el sangrado o la palabra menstruación. Las *tecnologías de gestión menstrual* facilitaron

entonces el gran confinamiento de la sangre. La menstruación se encontró en la relación con la gestión de la vida cotidiana, desplegada por el *Gobierno de la Intimidad* (Castro, 2010), a través de la publicidad sobre tecnologías para la gestión menstrual. Ello implicó la optimización de sí mismas para cumplir con asuntos propios de su sexo, además de hacer deporte, trabajar, y estudiar.

La intimidad estuvo relacionada precisamente con la ocultación propia y efectiva de la sangre menstrual, para poder asumir esos roles que la sociedad moderna exigía a las mujeres. Se sostenía por la vergüenza que implicaba el menstruar, y la inseguridad se socializaba como estado emocional y corporal normal, ante la amenaza del derrame de la sangre, el accidente. Ello movilizó un ideal de cuerpo que identificaba a las potenciales consumidoras de toallas, tampones y antisépticos vaginales, para luego poner el cuerpo en escena pública, de tal manera que satisficiera a las mujeres mismas, las mostrara ante las demás con un estilo de vida de vanguardia, desde el ser a-menstruales, y por tanto activas, exitosas, seguras de sí mismas.

La *seguridad* y la *confianza* fue lo enunciado sobre el cuidado de sí, con respecto a la gestión de la limpieza y el control propio de la higiene corporal, a través de los germicidas vaginales, tanto en los años 30 y 40, como en los 60 y 70. Junto con la *protección*, por la *incomodidad* y *manchas* de los fluidos, y de manera especial del fluido de la sangre de escandaloso color, vendrían a enunciarse simultáneamente los productos para la gestión menstrual, otorgando a las mujeres la responsabilidad de la gestión de una corporalidad limpia, sana y en correspondencia con esos roles que le permitirían felicidad: ser madre y esposa. Todo ello se dio en sincronía con circunstancias históricas de la segunda mitad del siglo: la posibilidad de votar, de usar píldoras anticonceptivas y estudiar diversas carreras profesionales, aspectos que se habían negado culturalmente para las mujeres. La intimidad estuvo entonces en relación permanente con la vergüenza sobre la menstruación, pero además sobre el cuerpo de las mujeres en general, pues se acudió a ella también desde la higiene en los anuncios de antisépticos vaginales. La palabra menstruación apenas se nombró en algunos anuncios, su uso se limitó a artículos sobre la salud de las mujeres, encontrados en las revistas y enciclopedias, junto con la palabra *Regla* y *Periodo* y apenas un par de veces se mencionó la palabra sangre, relacionada específicamente con la sangre menstrual; la manera de referirse a la menstruación fue: “los días difíciles del mes”, “días de mujer”, “tus días”, “tus días problemáticos”, “aquellos días”.

4. La publicidad fue construyendo imaginarios anclados en sentidos como el olfato, la vista y el tacto, que validarían la corporalidad como a-menstrual, inolora, y prácticamente inexistente, si se tiene en cuenta que la vagina nunca se nombra, ni el útero, ni los ovarios, apenas si se menciona la menstruación, fortaleciendo de esta manera una negación estética de menstruar: no menstruar, o no parecerlo. Además, se movilizó la gestión del deseo, de los sentimientos y las emociones. La necesidad de evitar la vergüenza fue una constante en los anuncios encontrados y su negación o superación implicó de facto una reproducción de la misma, porque las tecnologías se convirtieron en las salvadoras de esa incomodidad. Cual, si fuera una maldición, dicho ideal de sociedad limpia promovió la urgencia de su ocultamiento y la vergüenza siguió estando presente a través de su negación constante. En relación a las emociones, Maurizio Lazzarato (citado en Zuleta, et al, 2007) expone cómo se da el agenciamiento de las mismas desde la publicidad: “produce un cambio en la sensibilidad (transformación incorpórea) que crea una nueva evaluación: ha cambiado la distribución de los deseos. Se ve entonces lo que nuestra época tiene de intolerable y,

simultáneamente, nuevas posibilidades de vida (son los sentidos de la mundialización que la lucha ha hecho emerger).” (p. 24).

La *alegría* y *felicidad* fueron lo contrario a la vergüenza, como estados emocionales idealizados, a través de imágenes de mujeres sonrientes por el uso de las tecnologías para la gestión menstrual, pues reparaban la corporalidad de esos *malhumoramientos* y *síntomas premenstruales*, que la misma medicina había creado desde la especialidad ginecobstetra en el margen de lo normal masculino estático y lo anormal cíclico femenino, que luego implicaría la toma de medicamentos. Aunque sobre estos poco se encontró en la publicidad, de manera constante se apeló a la necesidad de reparar esa inestabilidad emocional asociada al tiempo menstrual cíclico de las mujeres. Las imágenes de los años 30 mostraron mujeres tristes y angustiadas por no usar los germicidas vaginales que anunciaron las revistas, pero en los años 60 y 70 la alegría fue la estética por excelencia. La felicidad y la alegría supusieron entonces una corporalidad ideal: si la menstruación implicó *amargura* y *malhumoramientos*, el usar tecnologías como tampones y toallas reparaba ese estado, poniendo como estética corporal la *alegría*. Así lo recoge Tarzibachi (2017): “La estética de la alegría, el dominio o la seguridad sobre un cuerpo figurado como tan hermético que podía realizar movimientos enérgicos y expansivos, fue un modo de construir la idea de la libertad y la autonomía de las mujeres” (p.149)

5. La invitación de los anuncios a solicitar información adicional sobre los productos para la gestión menstrual, dio cuenta de una manera de circulación del saber, relacionada justamente con esa intimidad resaltada. Se comunicaba de manera confidencial mientras se solicitaba la marca de toallas que se estaban usando y se invitaba a la instrucción sobre la menstruación desde el paso por la *pubertad*. La educación sobre la menstruación desde los folletos se dirigió a la madre o directamente a la mujer que menstruaba; en este sentido, la educación sexual fue responsabilidad de las madres en el espacio íntimo y privado, al tiempo que se posicionaba la menstruación como verdad biológica desde el discurso médico. Se legitimó una sola manera de entenderla, presentando por ejemplo como hecho insólito, que las adolescentes de los colegios de Popayán no conocieran sobre ese *concepto fundamental e indispensable en la formación de la mujer*, aun cuando apenas estaba siendo nombrada en la publicidad, que supuestamente educaba a las mujeres. Estas fueron tal vez, algunas condiciones de posibilidad para que se hiciera urgente, en los albores de la década de los 80, una instrucción sexual con libreto biomédico para los colegios y los hogares colombianos.

6. Las técnicas de limpieza, confianza y seguridad instaladas sobre los cuerpos que menstruaban, ejercieron control y acumularon prácticas colectivas, claves para la producción económica, materializando en el cuerpo su regulación para el trabajo. El tiempo marcó seguridad, menstruar en tiempos diferentes fue signo de una mujer enferma, había que seguir la regla. No han sido solo los muros lo que han posibilitado en tal sentido la disciplina, pues la corporalidad menstrual de las mujeres estuvo encerrada en las tecnologías y controlada por dichos tiempos, definidos desde la obstetricia y la ginecología como verdad biológica; así el ciclo marcó la marginalidad, por mostrar transformación emocional y se enunció como anormal, como un síndrome. Las corporalidades menstruantes fueron encerradas en la ética capitalista del tiempo. Entonces menstruar fue más *fácil* y permitió otras actividades para las mujeres, aunque se siguieran negando precisamente por su aparente *debilidad*.

En este mismo sentido, se encuentra el tiempo como componente biopolítico de limpieza, seguridad y confianza en la gestión menstrual, y su influencia en la corporalidad. Con sutiles técnicas generaron procesos de normalización, configurando cuerpos productivos, seguros, sanos y felices. Se redujo la vida al cuerpo que menstrúa, cuando sangra y cuando no también, y al tiempo, a ser transacción económica permanente. La publicidad hizo entonces parte del engranaje, reinventando conexiones emocionales que sirvieron a las tecnologías neoliberales. Por esto la idea de libertad, en últimas fue un discurso moderno que atravesó el cuerpo, tanto por los antisépticos vaginales de los años 30, como la vida y corporalidad ideal agenciada por la publicidad sobre tecnologías para la gestión menstrual durante los años 60 y 70.

Indudablemente este trabajo es una apertura a múltiples posibilidades de diálogo con mujeres, hombres y comunidades que vienen reconociendo y construyendo otras visiones sobre las corporalidades. Por tanto, este ejercicio investigativo y analítico pretende promover la reflexión colectiva entre personas de distinta edad, condiciones, expectativas, experiencias y búsquedas. El material estudiado y el análisis hecho aquí podrán servir de insumo, para generar debate y reflexión en quienes comparten ambientes escolares o laborales en colegios, empresas, barrios, universidades y colectivos, para que sean los cuerpos, los sentimientos y el pensamiento los que permitan ejercer la libertad, en miras a dignificar el ser.

Elaborado por:	Angie Karina Bocanegra Marin & Elizabeth Meza Medina
Revisado por:	Edison Acevedo Ortiz

Fecha de elaboración del Resumen:	11	02	2019
--	----	----	------

Abstract

The emergence of diverse discourses about menstrual management seems to be mobilizing new practices on corporalities; however, silence remains on menstruation. This paper analyzes menstrual corporality as a biological truth, situating in terms of power and knowledge, the ruptures and discontinuities that can be found in publicity, from a genealogy of discursive practices that circulated in magazine advertisements in Colombia between 1965 and 1975. Menstruation is shown as a social fact that was performed on the promise of health and modernity in the menstruating corporalities that have been exalted as safe, healthy, free and happy, in contrast to the disciplined and self-managed bodies, which reject and hide their blood, forcing them to appear to be non-menstrual bodies.

Resumen

La emergencia de diversos discursos sobre la gestión menstrual parece estar movilizando nuevas prácticas sobre las corporalidades; sin embargo, permanece el silencio sobre la menstruación. Este trabajo analiza la corporalidad menstrual como verdad biológica, ubicando en términos del poder y el saber, las rupturas y discontinuidades encontradas en la publicidad, a partir de una genealogía de las prácticas discursivas que circularon en los anuncios de revistas en Colombia entre 1965 y 1975. La menstruación aquí es mostrada como hecho social que se fue performando sobre la promesa de la salud y la modernidad en las corporalidades menstruantes, exaltadas como seguras, sanas, liberadas y felices, en contraste con unos cuerpos disciplinados y autogestionados, que rechazaron y ocultaron su sangre, obligados a aparentar ser cuerpos a-menstruales.

Tabla de Contenidos

Capítulo I. Introducción	9
1.1 Una pregunta desde el presente y las cuestiones metodológicas	17
1.1.1. Genealogía	17
1.1.2. Arqueología	25
1.1.3. Biopolítica, Gubernamentalidad y la pregunta desde el presente	28
1.1.4. Descripción de la Masa Documental	33
1.2. Justificación	35
Capítulo II. Apreciaciones Conceptuales.....	40
2.1. Cuerpo y corporalidad	45
2.2. Corporalidades menstruantes.....	49
2.3. Publicidad.....	50
2.4. Publicidad y el contexto bogotano	52
2.5. Publicidad, menstruación y consumo.....	54
Capítulo III. Enunciados	58
3.1. Frescas: higienización de los cuerpos.....	58
3.1.1 Higiene: moderno concepto del servicio social.....	57
3.1.2. Los malestares propios del su sexo	61
3.1.3. El secreto íntimo de la casada feliz	67
3.2. Seguras: al encuentro de la mujer moderna.....	71
3.2.1 Steyfree: La mujer moderna es más libre y activa.	71
3.2.2. Kotex su mejor y más íntima amiga	79
3.2.3. Tampax: La seguridad crea confianza	86
3.2.4. Tener la regla: Una menstruación regular es signo de buena salud	91
Capítulo IV. Conclusiones y aperturas	98
4.1. Provocando posibilidades	105
Referencias	108
Anexos	116

Lista de figuras

Figura 1. Kotex, 1921, Museum of menstruation & women's health. http://www.mum.org/	116
Figura 2. Anuncio <i>Nosotras</i> , septiembre de 2018. Ubicado en el Portal de las Américas en Bogotá. Fotografía propia.....	117
Figura 3. Laboratorio Chatelain. (1936). [publicidad impresa] Ref. <i>Fandorine contra las enfermedades de la mujer</i> . [Cromos] Bogotá	117
Figura 4. Zonite (1949). [publicidad impresa] Ref. <i>Las mujeres no necesitan angustiarse</i> , [Cromos]. Bogotá.....	118
Figura 5. Óvulos Padco (1940) Ref. No sufra en silencio. Óvulos Padco, [Cromos]. Bogotá.....	120
Figura 6. Brouillet. P. (1887) Un caso de histeria. Lección clínica en la Salpêtrière [Óleo sobre lienzo]. París, Musée d'Histoire de la Médecine de la Universidad Descartes.	120
Figura 7 Laboratorio JGB. (1965). [publicidad impresa] Ref. <i>¿Confíada? Gyneben Para la higiene íntima de la mujer</i> , [Cromos]. Bogotá.	121
Figura 8 Johnson & Johnson (1974). [publicidad impresa]. Ref. <i>Steyfree hace tus días más libre y seguros</i> , [Buenhogar]. Bogotá.....	122
Figura 9 Kimberly Clark Corporation (1974). [publicidad impresa]. Ref. <i>Kotex Liberté-autoadhesivas</i> , [Buenhogar]. Bogotá	123
Figura 10 Tampax incorporated (1975). [Publicidad impresa]. Ref. <i>Tú el mar y el verano. Tampax la protección interna en más mujeres confían</i> . [Buenhogar]. Bogotá.....	124
Figura 11 Tampax incorporated (1975). [Publicidad impresa]. Ref. <i>Fiesta playera. Tampax la protección interna en más mujeres confían</i> . [Buenhogar]. Bogotá.....	124
Figura 12 Johnson & Johnson (1975). [publicidad impresa]. Ref. <i>Steyfree autoadhesible</i> , [Buenhogar]. Bogotá.....	125
Figura 13 Kimberly Clark Corporation. (1964) Ref. <i>Kotex En los estudios... Hay una que se siente tan bien como las demás</i> . Cromos, Colombia.....	126
Figura 14 Kimberly Clark Corporation. (1965) Ref. <i>Kotex. En los deportes... Hay una que se siente tan bien como las demás</i> . [Cromos] Bogotá	127
Figura 15 Kimberly Clark Corporation. (1973) Ref. <i>Nuevas toallas sanitarias Secreto, más suaves...más absorbentes...más económicas...y</i> [Cromos] Bogotá.....	128
Figura 16 LaboratorioS JGB. (1969). Ref. <i>Nunca más. Una historia INTIMA</i> . [Cromos]. Bogotá.	129
Figura 17 LaboratorioS JGB. (1969). Ref. <i>Nunca más. Una historia INTIMA</i> . [Cromos]. Bogotá.	130
Figura 18 LaboratorioS JGB. (1969). Ref. <i>He cambiado para ti. Una historia INTIMA</i> . [Cromos]. Bogotá.....	131
Figura 19 LaboratorioS JGB. (1969). Ref. <i>He cambiado para ti. Una historia INTIMA</i> . [Cromos]. Bogotá.....	132
Figura 20 Tampax incorporated (1975). [Publicidad impresa]. Ref. <i>Eres o demasiado joven o demasiado mayor. Tampax la protección interna en más mujeres confían</i> . [Buenhogar]. Bogotá.....	133

Figura 21. Johnson & Johnson (1974). [Publicidad impresa]. Ref. <i>Pequeñas cosas capaces de cambiar definitivamente su vida. Los tampones o.b.</i> [Buenhogar]. Bogotá.....	134
Figura 22 Johnson & Johnson (1966). [Publicidad impresa]. Ref. <i>Modess-Alegre, confiada, sin preocupaciones con Modess</i> [Cromos]. Bogotá	135
Figura 21 Dif. (1974). [Publicidad impresa]. Ref. <i>Dif desodorante íntimo femenino.</i> [Cromos]. Bogotá	136
Figura 23 Johnson & Johnson (1966). [Publicidad impresa]. Ref. <i>Modess-Alegre, confiada, sin preocupaciones con Modess</i> [Cromos]. Bogotá.....	137
Figura 24 Johnson & Johnson (1967). [Publicidad impresa]. Ref. <i>Modess- Sólo usted y Modess lo saben</i> [Cromos]. Bogotá.....	137
Figura 25 Johnson & Johnson (1967). [Publicidad impresa]. Ref. <i>Modess- Sólo usted y Modess lo saben</i> [Cromos]. Bogotá.....	138
Figura 26 Johnson & Johnson (1967). [Publicidad impresa]. Ref. <i>Modess-Alegre...confiada sin preocupaciones con Modess</i> [Cromos]. Bogotá.....	138
Figura 29 Kimberly Clark Corporation. (1966) Ref. <i>Kotex-Segura de sí misma!</i> [Cromos] Bogotá.....	139
Figura 30 Kimberly Clark Corporation. (1966) Ref. <i>Kotex-Liberada!</i> [Cromos] Bogotá.	140
Figura 31 Kimberly Clark Corporation. (1966) Ref. <i>Kotex- Decidida.</i> [Cromos] Bogotá.	140
Figura 32 Kimberly Clark Corporation. (1967) Ref. <i>Kotex- Sea la misma de siempre.</i> [Cromos] Bogotá	140
Figura 33 Tampax incorporated (1975). [Publicidad impresa]. Ref. <i>Mujeres dignas de admirar.</i> [Buenhogar]. Bogotá	141

Capítulo I

Introducción

En estas páginas se descubre parte de una travesía sobre nuestra propia corporalidad, que inició con inquietudes sobre prácticas en apariencia tan simples o tan mecánicas, como ponernos o quitarnos un tampón, una toalla, decidir si se usa o no una copa menstrual, o tomar medicamentos para disminuir los cólicos. A través de esas prácticas encontrar temores, vergüenza, asco por nuestra propia sangre, y al tiempo añoranza porque “baje de nuevo”, a modo de certeza de no ser madres por aquel mes; volver a sentirnos dueñas de nuestros cuerpos, aunque no podamos decidir cuándo expulsar esa sangre menstrual, como aprendimos a hacerlo con otros fluidos corporales desde niñas, cumpliéndole al mundo, así mecánicamente, con nuestras labores diarias, a veces extenuantes, a veces urgentes, a veces cómodas, a veces con excusas, pero siempre ocultando la intimidad.

Descubrimos la mirada sobre nuestra propia sangre, secreto sagrado tan íntimamente enseñado por otras mujeres mayores: nuestras madres, hermanas, amigas que cuentan con su experiencia. Así, se convierten en nuestras propias prácticas y es justo el cuestionamiento a las maneras de gestionar nuestra menstruación, en tanto correctas, incorrectas, eficientes, saludables, nocivas y sostenibles ambientalmente.

Este análisis examinó algunos de esos procesos de subjetivación sobre el cuerpo menstrual desde las *tecnologías menstruales*¹, así como los conceptos que suelen cruzar e impregnar los vocabularios de la vida cotidiana y cómo se convirtieron en corporalidades ideales o se sentencian desde la vergüenza. El propósito fue entonces visibilizar y cuestionar los enunciados sobre la corporalidad menstrual como verdad biológica, así como analizar el archivo de la publicidad en anuncios encontrados entre los años 1965 a 1975. La principal intención fue

¹ Se ha normalizado tanto el silencio en torno a la menstruación, que se volvió costumbre y las únicas referencias a ella han sido los comerciales de televisión y las revistas que representan la sangre a través de ese líquido azul, en el cual se contiene y legítima la vergüenza sentida desde el propio cuerpo o al menos la decora y la fortalece como tabú, mientras continúan las prácticas de consumo que mantienen la sangre escondida. A estas estructuras comerciales de ocultamiento las denominamos tecnologías menstruales.

desentrañar algunas relaciones de las corporalidades menstruantes con la formación social, económica, política en donde se desenvuelven y responder a la inquietud: ¿cómo acercar un asunto tan complejo y poco tratado? Se ve entonces la necesidad de ampliar el contexto, para abrir la posibilidad de preguntarnos más sobre el tema y la trama que en éste subyace.

Sin darnos cuenta, estábamos abriendo una suerte de caja de Pandora desde el cuerpo singular hacia el cuerpo social, dejando salir todo eso que no se nombra por incómodo, porque sonroja, porque se ausenta de la conversación sobre las cuestiones del cuerpo y la vida cotidiana. Fue preciso estudiarlo en el ámbito de la *Línea de Investigación en Socialización Política*, de la Maestría en Desarrollo Educativo y Social, para proponer un diálogo sobre la sangre menstrual, que rompió en nosotras mismas el tabú de nombrarla en escenarios amplios y públicos.

Las tecnologías menstruales o tecnologías para la gestión menstrual son documentos convertidos en monumentos, que sujetan el cuerpo de la mujer para poder moldearlo. Es así como objetos, palabras, silencios y relaciones forman una masa que se convierte en discurso y luego se torna regla. Pero estos monumentos no son inmutables sino todo lo contrario, los moldean y ajustan para estar presentes a través del tiempo. Nuestro papel entonces es reconocerlos con el propósito de aislarlos, agruparlos, relacionarlos y descifrarlos, encontrando sus intersticios para hacerlos hablar.

Es interesante constatar cómo nuestro estudio coincide con un hecho inédito en el país, en relación con los productos para el sangrado menstrual. Después de habernos embarcado en esta aventura, el Grupo Familia quien es dueño de la marca Nosotras, lanza la campaña *#ElRojoNoMeSonroja*, en la cual se muestra un líquido de color rojo que representa la sangre menstrual. Suena extraño, pero sólo hasta el año 2018 se muestra por primera vez una mancha roja como señal de la sangre (aunque por experiencia propia ya lo sabíamos). ¿Qué tránsitos para los cuerpos implica este acontecimiento?, ¿estaremos al borde de una revolución menstrual? Por lo pronto diremos que este evento nos generó mayores interrogantes, así como nos han conmovido otros anuncios publicitarios y campañas en torno a la aceptación del cuerpo de las mujeres, tal vez por la necesidad de encontrarle fundamento a dichas campañas o dejar de sentir vergüenza sobre este fenómeno tan aparentemente natural.

Volver sobre la menstruación nos ha permitido reconocer en el cuerpo las redes de poder que se tejen sobre él. Se trata de comprender cómo se gobierna la vida misma desde la menstruación, lugar de lo sagrado y a la vez de lo profano: negación mensual de un cuerpo siempre potencialmente madre, transformación biológica y social, menstruación unas veces dolorosa y en otras no, con épocas en que se retrasa, incluso por años sin estar embarazadas; en algunos cuerpos produce granos, pechos grandes, chicos, y en otros no produce casi nada; es tan saludable su regularidad, como insano tener sexo mientras menstruamos; sangre accidental, ocultada bajo los sacos del colegio y expuesta a modo de expresión artística en galerías sofisticadas o contraculturales.

Deshacerse de la sangre puede ser tan fácil como complejo, limitado cuando no se tiene el valor monetario para intercambiarlo por tiempo y efectividad. Puede encontrarse reconfortante, hacernos sentir fluyendo, sentirnos vivas, incluso se ha dicho que regar las plantas con la sangre menstrual es efectivo para su crecimiento. Brujería, bebedizo, la sangre más repudiada por algunos cuerpos y añorada por otros, por los que no fluye tanto. Una cuestión que entra en lo sutil pero que ha transversalizado nuestras vidas con cólicos, ropa holgada y oscura, sintiendo molestia por el olor corporal y la terrible mancha que revelaría que sangramos, una letra escarlata, una “M” gigante que buscamos ocultar a toda costa y desde allí, un cuerpo atado y castigado, y otro liberado, construido para ser siempre joven, estar a la moda, como deidad de consumo.

Se trazaron entonces otros lentes para ubicar nuestras cuestiones corporales relacionadas con la menstruación, unos lentes que sospecharon hasta de ese piso biológico y predeterminado. Ese acento revolucionario en comerciales evocó también una sospecha y se decidió bordear una temporalidad desde otro momento de discontinuidad y ruptura para la vida de las mujeres en Colombia: los años 60 y 70. En occidente se vivía la irrupción de mayo del 68, entonces como un terreno a ser explorado y apropiado desde un ejercicio más académico, se situó esta época como punto de análisis, desde 1965 hasta 1975.

Este ejercicio es una invitación a la apertura, a la desconfianza hacia las conductas que parecen normales, a preguntarnos qué es eso de ser mujer, hombre, intersexual, transexual,

transgenerista, etc.; cuestiones que serían todo un enigma o disparate hace tan solo unas décadas. De esta manera se encuentra una propuesta metodológica, que permite develar esos *acontecimientos* mencionados, lo que Foucault (2014) resaltó como *historia efectiva*, en la cual se insta a dirigir la mirada hacia lo más próximo, al cuerpo, al sistema nervioso, a los alimentos, la digestión, a las energías, a mirar cada cosa en su medida y con la intensidad que requiere (Foucault, 2014) o como dice Miguel Morey (1990) “pensando de otro modo, que es propiamente la pasión de pensar para decidir” (p. 117). Desde esta mirada se busca comprender cómo somos hoy, con itinerarios que dan otras posibilidades de multiplicar nuestros puntos de vista como mujeres, de entendernos en el ámbito de un cuerpo silenciado en modos de hacer, de ser y de sentir.

El primer capítulo es un abrebocas al tema de *la menstruación como narrativa social* y las aproximaciones conceptuales relacionadas con la corporalidad de las mujeres de hace cincuenta años, que da cuenta a su vez de las rupturas de esa idea de mujer moderna que hoy se sigue rescatando. Se exponen las razones por las cuales es necesario abordar este tipo de fenómenos emergentes, analizando el poder que se ejerce desde discursos biomédicos, reproducidos en las revistas de esa década, que selecciona y resuena, por supuesto transformado, cuatro décadas después en un cuerpo limpio, fresco, seguro, confiado y libre, respondiendo a un contexto mundial sobre los cambios en la concepción y percepción del cuerpo que menstrua. Es preciso entonces, abordar la categoría *biopolítica* que se ampliará más adelante, cuyo propósito es el sometimiento del cuerpo a conductas que llevan a la optimización de sus capacidades y al aumento de su utilidad (Foucault, 1979), acorde al modelo económico en donde el mercado atraviesa y disciplina un cuerpo anónimo para el consumo.

Se encuentra allí el abordaje metodológico, siendo éste la *genealogía – arqueología*, como análisis de discontinuidades y rupturas, no desde el orden de sucesos ocultos que dan cuenta de un cuerpo que menstrúa, en respuesta a la fragmentación a que ha sido sometido, sino desde los acontecimientos como tal, entendidos estos como

una relación de fuerza que se invierte, un poder que se confisca, un vocabulario recuperado y vuelto contra los que lo utilizan, una dominación que se debilita, se

distiende, ella misma se envenena, y otra que surge, disfrazada. (...) en tal sentido las fuerzas que se cruzan en la historia no obedecen ni a un destino ni a una mecánica, sino al azar de la lucha. (Foucault, 2014, p. 48)

Es decir, la vida cotidiana no cuenta con cronogramas establecidos para el cruce de fuerzas, intereses y tensiones que construyen nuestro paso por el mundo, aunque estemos reguladas por el tiempo y el saber.

El capítulo II trata de comprender ideas que se han producido con relación al cuerpo, la *corporalidad* y las *subjetividades* como categorías de construcción social y cultural, que según Rossana Reguillo (2007), son móviles y de constantes aportes, más aún en el ritmo acelerado de la época, que ha provocado crisis en los sistemas para pensar y nombrar el mundo. Por supuesto, no olvidamos que las categorías no son construcciones neutras, ni precisan esencias, sino que son producciones de sociedades que dan lugar a valoraciones y percepciones sobre el mundo. Las categorías son producto del acuerdo social y productoras del mundo, estando en constante relación entre sí.

Empezamos con el *cuerpo*, porque en este trabajo ponemos al cuerpo en el debate público, situándose como vehículo de la esencia social, que al conquistarlo y someterlo tiene asegurado en buena parte el éxito y el fracaso de un proyecto social. Por él y en él se encuentra la modelación de los proyectos productivos y políticos triunfantes en sus dimensiones públicas y privadas, asumiéndolos como cuerpos ciudadanos (Sennet, citado por Reguillo, 2000). Sobre el cuerpo se fijan improntas que lo marcan, generando de esta manera pensamiento y práctica, es por eso que nos separamos de postulados como el de René Descartes que enuncia “a mayor dominio de mi cuerpo, menor libertad de mi espíritu o viceversa”, (citado en Zuleta, Cubides y Escobar, 2007) para nosotras por el contrario *a mayor potencia de mi cuerpo, mayor potencia de mi espíritu o viceversa*, porque como dice Spinoza, existir ya es una virtud, por tanto el lugar del conocimiento y la experiencia son inseparables (citado en Zuleta et al., 2007).

Las mujeres presentes en la discusión provienen de los años 60s y 70s, ubicadas en las principales ciudades del país, quienes se encontraban en condiciones desiguales de integración social y cultural. Los fenómenos de desigualdad se encuentran atravesados por discursos de

verdad que prohíben y rechazan, califican y descalifican a la inclusión y la exclusión y lo normalizan. Sin embargo, el propio sistema es el que sostiene esta desigualdad porque reposa en el esencialismo de la igualdad, fundamentado en el contrato de trabajo entre partes libres e iguales, mientras que “reside en el esencialismo de la diferencia, ya sea en cientifización de la normalidad, y por tanto de la prohibición, o en el determinismo biológico de la desigualdad racial o sexual.” (Boaventura De Sousa Santos, 2005)². Durante este período las mujeres se encontraban en la reivindicación por unas condiciones de igualdad, por derechos civiles, desde el tránsito de haber obtenido su derecho al voto y la comprensión de su uso, a la vida laboral en condiciones equitativas, al diálogo público con respecto a su forma de hacer y comprender el mundo. Ellas formaron un ideal de mujer para quienes llegaban a las grandes ciudades del país en busca de empleo, motivadas por la movilidad social de ellas y sus familias.

Es importante aclarar que las mujeres a quienes se refiere este trabajo, son aquellas *biomujeres*³, es decir las mujeres que se han construido desde el discurso biomédico como mujeres que menstrúan, quienes nacen con una vagina y un útero que produce sangre menstrual, lo cual está enmarcado en el binarismo *hombre-mujer*, pero que es efectivo para delinear de manera más específica dichas corporalidades menstruantes; se trata mas bien de un término pedagógico, usado por los estudios de género (Preciado, 2008 y 2009; Lauretis, 1987; Butler, 1988; Tarzibachi, 2017) precisamente para delinear y cuestionar esa linealidad entre el ser mujer- tener vagina, y útero- menstruar-y ser femenina. Las biomujeres son construcciones sociales, como lo es la menstruación misma, sobre todo si se tienen en cuenta las dinámicas actuales de recomposición y deconstrucción de géneros y la propia discusión de la menstruación como disputa política en la sociedad. Todas ellas son mujeres que sangran durante períodos regidos por

² Es la desigualdad y la exclusión sobre dos tipos de cuerpos hombre/mujer que se encuentra en la historia dicotómica imbricada en el sexismo como fenómeno cultural y social; es exclusión que se funde “en la distinción entre el espacio público y el espacio privado y el principio de la integración desigual, así como en el papel de la mujer en la reproducción de la fuerza de trabajo en el seno de la familia y, más tarde, tal como ocurre en el racismo por la integración de formas desvalorizadas de fuerzas de trabajo (...) el sexismo es un dispositivo de jerarquización que combina la desigualdad en Marx y la exclusión de Foucault” (De Sousa Santos, 2005, p.p. 133-135)

³ Desde algunas perspectivas sobre estudios de género, se prefiere usar el termino cisgénero, que hace referencia a personas cuya identidad de género coincide con el sexo de su etapa gestacional Sin embargo encontramos más apropiado el termino de bio-mujer, pues más que la identidad de género, se trabajará sobre las corporalidades que menstrúan desde la explicación biológica del fenómeno, precisamente para ponerlo en cuestión.

su matriz y que, por la emergencia de compresas comerciales como toallas o tampones, tomaron ciertas maneras o proyección de su cuerpo para sí mismas y ante las demás personas. Se trata justamente de la influencia de las tecnologías menstruales en las corporalidades y en la construcción de nuevas mentalidades sobre la corporalidad.

Es así como entra a explicarse la corporalidad a partir del cuerpo que se sitúa en la historia y en el que convergen el poder de fuerzas sociales, culturales, atándolo a las normas que se configuran. Como se decía antes, el cuerpo y la mente no son espacios separados, sino que son confluencia, al ser imposible deslindar las influencias del contexto social, económico y político, formándose en una especie de masa cultural que normativiza, generando performance o formas de hacer y ser en el mundo. En tal sentido, juegan un papel central las construcciones subjetivas de las mujeres, pues sin cuerpo no hay subjetividades y sin subjetividades no puede expresarse el cuerpo, ya que la experiencia enlaza a uno y otro para ser y habitar el mundo: el *habitus*.

La subjetivación no es posible verla sin la objetivación y se desarrollan así mismo a través de las prácticas que constituyen al sujeto. Se construyen ampliando el campo de lo existente, para especificarlo en el cuerpo que está marcado desde el comienzo por el lenguaje y por los deseos del otro. Entender nuestras subjetividades permite tener un efecto en lo que somos hoy, para hallar otro plexo de pensamiento y relaciones consigo misma y con los demás. Por ejemplo, la menstruación pertenece a los cuerpos en todas las épocas, mientras las tecnologías menstruales surgen en la vida moderna, modificando este fenómeno natural para dar paso a las necesidades del mercado.

Las mujeres aquí se sujetan al lenguaje direccionado a sus deseos y necesidades, a las ideas de belleza que vienen de otros lugares, a la idea de progreso en sus cuerpos, a la domesticación de comportamientos y roles. Al respecto Rocío Rueda (En Zuleta, et al., 2007) explica que:

las subjetividades se instalan en el cruce de múltiples componentes relativamente autónomos los unos de los otros y, en algunos casos, discordantes; subjetividad que a su

vez se traduce en una política ligada a las acciones y alianzas contingentes de afinidades, más que a grandes proyectos nacionales (p.167).

En tal sentido, se muestran aquí las corporalidades menstruantes regidas por fuerzas como la religión y la medicina, formando un modus cultural de rechazo que se manifiesta en vergüenza y negación del propio cuerpo.

Dos superficies permitieron ver esos modos de subjetivación: el propio cuerpo de las mujeres y la publicidad en relación con él. El cuerpo de las mujeres es el espacio en el que se van fijando las fuerzas e intereses sociales e individuales, es donde se construyen y deconstruyen subjetividades para sobrevivir o vivir en el mundo. No hay que olvidar que las grandes revoluciones en la historia han inventado también los cuerpos ciudadanos, en cuanto a la modelación de éste, según el proyecto político de “los triunfadores” en las dimensiones públicas y privadas, estructurando un cuerpo heteronormativo, como si el mundo se habitara de una sola forma.

Las revistas dirigidas a mujeres son muestra de lo anterior, imponiendo esa “única” manera de ser. Inicialmente presentó riesgos para la cultura patriarcal, como se verá más adelante, pero poco a poco se convertían en un referente social para informarse, comportarse y proyectarse de acuerdo a los cánones que se fijaban. Las revistas fueron un soporte para la sociedad bogotana y del país, que permitieron conocer lo que pasaba en el mundo y traerlo al ámbito colombiano.

Precisamente, el capítulo III analiza los *enunciados* encontrados en anuncios publicitarios de las revistas de circulación nacional para la época, como *Cromos* (1916), *Ilusión* (1967), *Buenhogar* (1969) y *Laura* (1974), que dejan ver el campo social construido con sutiles detalles, muchos sin propósito, pero que poco a poco se convierte en institución y práctica. Así lo muestran los titulares de *Sanas*: “Higienización de los cuerpos”, en donde se desvirtúa el lenguaje médico ofrecido con insistencia a través de *La higiene*: “moderno concepto del servicio social, Los malestares propios de su sexo” y “El secreto íntimo de la casada feliz”. Luego se abre paso a las mujeres “Seguras”: “al encuentro de la mujer moderna”, discurso tejido entre anuncios de *Steyfree*: “La mujer moderna es más libre y Activa”, “Kotex su mejor y más íntima

amiga” y “La seguridad crea confianza”, dando cuenta de cierta performatividad en los cuerpos femeninos. En este capítulo se encuentran el despliegue descriptivo del discurso normativo y racional emergido de las publicaciones diseñadas para las mujeres en edad de menstruar, visto como disenso, desde otra orilla. Es decir que mostramos lo aparentemente invisible, forzando los límites de lo que hoy queremos y podemos mirar, para que pueda ser visto el cuerpo de la mujer de otra manera.

1.1. La pregunta por el presente y las cuestiones metodológicas

Estas preguntas sobre nuestra propia sangre menstrual y las prácticas cotidianas asociadas a ella, parten precisamente del presente. Se trata de una inquietud por las maneras de ver, entender y asumir esa sangre, y lo que ha posibilitado que se perciba así y se naturalice. La sangre aclamada por la historia oficial, ha sido la sangre de guerreros, hombres muertos en combate en nombre de la libertad, en tensión con esa sangre menstrual desapercibida y ocultada históricamente, castigo del pecado original y nunca más nombrada. Construir entonces una suerte de contrahistoria o indagar por unos acontecimientos entrelazados que coincidieron y facilitaron la emergencia de otras maneras de hablar de la sangre o de las corporalidades menstruantes, desde la segunda mitad del siglo XX, nos permitirá poner en cuestión dicha naturalización de la sangre menstrual como verdad médica inamovible, debilidad o actividad, vergüenza o libertad.

1.1. 1. Genealogía

La genealogía es una propuesta metodológica, pero además una perspectiva de investigación. Es decir, no solamente orienta la recolección de información, su organización y análisis, sino que además interpela las fuentes, los contextos, los discursos que se movilizaron sobre un tema en un momento determinado, las contradicciones entre los mismos, las rupturas, y los desencuentros. Precisamente porque parte de lo que pasa en el presente no vuelve sobre el origen de las cosas, más bien se balancea sobre las condiciones de posibilidad que han permitido

que hoy seamos lo que somos, entendamos la sangre menstrual como la entendemos, y la gestionemos como lo hacemos.

A diferencia del ejercicio historiográfico común, la genealogía “no se apoya en ninguna constancia: nada en el hombre -ni siquiera su cuerpo- es lo suficientemente fijo como para comprender a los demás hombres y reconocerse en ellos” (Foucault, 2014, p.46). Se trata de aquellas rupturas que atraviesan la vida cotidiana, que implican sentimientos, instintos y sutilezas que suscitan movimientos inesperados. La corporalidad desde allí tampoco es determinada, como podría pensarse desde su fisionomía, está atravesada por esa cotidianidad, por las creencias, por los valores, por lo permitido y lo rechazado moralmente, por los contextos, por las relaciones familiares, de pareja. La genealogía en tal sentido,

no deja nada sobre sí que tenga la estabilidad tranquilizadora de la vida de la naturaleza, ni se deja llevar por ninguna muda obstinación hacia un final milenar. Socava aquello sobre lo que se la quiere hacer reposar, y se ensaña contra su pretendida continuidad [de la historia] (Foucault, 2014, pp. 46-47).

Esto implica necesariamente un cuestionamiento al progreso y al pasado como origen perfecto, razón o causa de las cosas. No hay una ruta trazada sobre la manera de concebir la menstruación, que anteriormente estaba errada y con el *avance o desarrollo* de la ciencia se logró dilucidar, llegando cada vez, a una manera más perfecta de entenderla; si no hay un origen, tampoco un final, pero tampoco una línea recta que cruce la historicidad de las cosas y desde la cual se reafirme una identidad inmutable.

La genealogía es así, un análisis de la ruptura y no de la continuidad, lo que busca es localizar los accidentes, desviaciones mínimas, o incluso los giros, faltas de apreciación, cálculos desacertados, errores que han facilitado “lo que existe y es válido para nosotros, es descubrir que en la raíz de lo que conocemos y de lo que somos no hay ni verdad, sino la exterioridad del accidente.” (Foucault, 2014, p.27). El interés en las corporalidades menstruantes no se remite de esta manera, al origen de las tecnologías para la gestión menstrual, o a la primera toalla o tampón que llegó al país, y con ellos, las mejoras prometidas desde estas tecnologías en el marco de la modernidad. Lo que se busca desde esta perspectiva es justamente ubicar el cuerpo como

construcción, como mutación constante, como ruptura y marca de acontecimientos, de costumbres, pero también de resistencias; desde el juego azaroso en el que se permitieron unas corporalidades y se negaron otras, incluso desde la coexistencia de ideas y prácticas contradictorias.

Se analiza entonces el discurso desde un régimen de contramemoria, leyendo el presente en un ejercicio de trabajo crítico, de pensamiento sobre los cuerpos que menstrúan, intentando cuestionar lo bien visto, lo correcto y aceptado. Michel Foucault (2014) ha entendido la genealogía desde la *historia efectiva*, que mueve el andamio que soporta la historia tradicional, para que se permitan discontinuidades, para cuestionar la verdad sobre el cuerpo: “La historia será «efectiva» en la medida en que introduzca lo discontinuo en nuestro mismo ser, divida nuestros sentimientos; dramatice nuestros instintos; multiplique nuestro cuerpo y lo oponga a sí mismo” (Foucault, 2014, p.47). Es por esto que hay que cuestionar lo que dura mucho para desconfiar del pensamiento continuo del orden, haciendo de la genealogía un campo de combate, que pone en juego lo normal y lo pone en duda en relación con el cuerpo de la actualidad.

El análisis genealógico está más relacionado con la *procedencia* y la *emergencia*, que con el *origen*⁴; con procedencia Foucault (2014) se refiere, retomando a Nietzsche, a esas condiciones de existencia que permiten “disociar al Yo y hacer pulular, en los lugares y posiciones de su síntesis vacía, mil acontecimientos ahora perdidos” (p.26), y además permite “reconocer bajo el aspecto único de un carácter, o de un concepto, la proliferación de los acontecimientos a través de los cuales (gracias a los cuales, contra los cuales) se han formado” (p.27). La procedencia de las corporalidades menstruales, no se ubica por tanto en esa unidad o identidad que podría de entrada entenderse en el término, si bien el término *menstruación* ha sido el que la medicina ha posicionado, desde su explicación, como fenómeno fisiológico o expresión natural de los cuerpos-mujeres, su apropiación cultural ha sido muy variada, como lo han sido las

⁴ Foucault (2014), diferencia tres términos en alemán que utilizó Nietzsche en su crítica a la historia; la procedencia, la emergencia y el origen: “Términos como Entstehung (emergencia) o Herkunft (procedencia) señalan mejor que Ursprung (origen) el objeto propio de la genealogía” (P.24). También hace énfasis en la genealogía como historia Efectiva, retomando los términos del alemán: “No obstante, unas veces se designa la genealogía como «wirkliche Historie» [la Historia real o efectiva]; en varias ocasiones, se la caracteriza como el “espíritu ” o el «sentido histórico». De hecho, lo que Nietzsche no ha cesado de criticar desde la segunda de las Intempestivas es esta forma de historia que reintroduce (y supone siempre) el punto de vista suprahistórico: una historia que tendría por función recoger, en una totalidad bien cerrada sobre sí misma, la diversidad al fin reducida del tiempo” (p.42-43)

maneras de entenderla y asumir prácticas alrededor de la misma. Por ejemplo, la menstruación aparece en el Levítico, como el flujo de la mujer y se describe como *inmundicia*:

Y cuando la mujer tuviere flujo de sangre, y su flujo fuere en su carne, siete días estará apartada; y cualquiera que la tocara, será inmundo hasta la tarde. Y todo aquello sobre que ella se acostare mientras su separación, será inmundo; y todo aquello sobre que se sentare, será inmundo. Y cualquiera que tocara su cama, lavará sus vestidos, y a sí mismo se lavará con agua, y será inmundo hasta la tarde. También cualquiera que tocara cualquier mueble sobre que ella se hubiere sentado, lavará sus vestidos; se lavará luego a sí mismo con agua, y será inmundo hasta la tarde. Y si alguna cosa estuviere sobre la cama, o sobre la silla en que ella se hubiere sentado, el que lo tocara será inmundo hasta la tarde. Y si alguno durmiere con ella, y la inmundicia de ella fuere sobre él, será inmundo por siete días; y toda cama sobre que durmiere, será inmunda. (Levítico 15:19-24, Versión Reina-Valera, 1960)

La inmundicia estaba relacionada con las carnes en descomposición, los cadáveres, los animales muertos o impuros, con lo contaminado, lo que requería una limpieza, lo sucio. A través de tal concepción se reafirma la pureza y santidad del pueblo de Israel, lo cual no solo ubica como impuro al flujo menstrual, también al semen o “simiente” del hombre, lo que viene de la genitalidad se relaciona con la pudrición, muy en relación con el libro del Génesis, que resalta la vergüenza del propio cuerpo como castigo del pecado original, causado por la desobediencia de Eva al comer de la manzana que la serpiente -representante del mal- le ofreció, y que además le sentenció al dolor durante el parto. Cualquier contacto con una mujer que tenga flujo menstrual implicaría la inmediata inmundicia, las camas, otros cuerpos, cualquier mueble, cualquier infección contagiosa que debe limpiarse antes de que se esparza por doquier. De hecho, se ordena el lavado del cuerpo para que quede limpio de tal inmundicia, y aun así queda inmundo hasta la tarde e incluso durante días, requiriendo prácticas de limpieza que lavan el pecado, como

acudir a la autoridad del *levita*⁵ o sacerdote encargado del culto, que redima de la impureza de los cuerpos:

Y el octavo día tomará consigo dos tórtolas, o dos palominos, y los traerá al sacerdote, a la puerta del tabernáculo del testimonio; y el sacerdote hará del uno ofrenda por el pecado, y del otro holocausto; y la reconcilará el sacerdote delante del [Señor] del flujo de su inmundicia. (Levítico 15:29- 30)

La inmundicia no es la suciedad material solamente, es decir lo que apela a los olores, flúidos, o manchas, es también el pecado del sexo, la excreción de fluidos genitales, tanto en la mujer como en el hombre, que requiere una reparación moral por parte del sacerdote, para poder continuar como cuerpos puros. También se moldean los ritmos del fluido menstrual y su implicación como fluido inmundo:

Y la mujer, cuando manare el flujo de su sangre por muchos días fuera del tiempo de su costumbre, o cuando tuviere flujo de sangre más de su costumbre; todo el tiempo del flujo de su inmundicia, será inmunda como en los días de su costumbre. (Levítico 15:25)

La impureza se extiende, cuanto se extiende el flujo; se anuncia acá una regularidad, una costumbre, que se repara con la ofrenda, pero que también puede saltarse los tiempos acostumbrados, y aún así el cuerpo sigue estando sucio y debe lavarse.

Por otro lado, en algunas culturas indígenas en el mundo se ha creído que la menstruación está relacionada con la mordedura de un animal en la vagina de la mujer, lagartos, osos, cocodrilos, serpientes, pájaros. De ellos, la serpiente ha sido la más implicada. En la comunidad U'Wa de la familia Tunebo, en la Sierra Nevada del Cocuy, las adolescentes deben llevar puesto un sombrero llamado o Kókora, que está hecho de hojas de rascadera, desde su menarquia o primera menstruación, y durante aproximadamente un año. El sombrero permite proteger de trastornos menstruales y del embarazo, además deben bañarse a las 4 de la mañana, y no dejar que nadie vea su cabello. En la cultura Tayrona de la Sierra Nevada de Santa Marta, la menstruación se celebra con un ayuno de bienvenida a la vida fértil, a las adolescentes Kuna-

⁵ Los Levitas pertenecientes a la Tribu del Levi, fueron según la biblia los encargados del ministerio en el tabernáculo, después el Templo de Israel. Este libro en especial, hace énfasis en la limpieza, no solo en relación a los fluidos, sino de los animales que se pueden o no ingerir, pone de relieve la responsabilidad de los levitas en la santidad y pureza del pueblo de Israel.

tules del golfo de Urabá, también se les celebra su primera menstruación con fiestas por el inicio de su vida fértil, y con ello su capacidad para ser esposas. En las etnias Emberá, Emberá-chamí y Waunaan, de los afluentes del río Atrato, ubicado al suroccidente de Colombia, es común el uso de accesorios de plata para esa fiesta de iniciación de las adolescentes (Alarcón, 2005)

Algunas comunidades, como las Wayuu en la Guajira, y las Ticuna en el Amazonas aíslan por meses o incluso años a las adolescentes, como parte del festejo por la primera menstruación. La comunidad Ticuna acompaña este *ritual de pubertad* con instrumentos y enseres que recrean “la primera vez que todo sucedió en el mundo”, durante el encierro se les enseña a las adolescentes a tejer y a elaborar tinajas de barro, son adornadas y aconsejadas por medio de tabaco y canto, y su cabello es arrancado como castigo, como limpieza y renovación (Lasprilla, 2009). En la comunidad Wayuu, además del aprendizaje de tejidos y el corte del cabello, el encierro se acompaña de quietud, ayuno y la toma de bebidas amargas, ponerse boca abajo y ser envueltas en un chinchorro o hamaca; los actos de este ritual permiten dilucidar “las bases mágicas presentes en la creación de la estética corporal femenina y en la ética que se construye y transmite de generación en generación en la tradición wayuu”. (Mazzoldi, 2004, p.263)

Los rituales, las bebidas, el encierro, los accesorios usados, el baño, el ayuno, marcan de manera profunda el cuerpo, no sólo lo atraviesan desde el tacto o desde lo físico, sino que lo escinden profundamente desde la moral, desde esas prácticas que lo moldean culturalmente. La *procedencia* en la genealogía conlleva a la “articulación del cuerpo y de la historia. Debe mostrar al cuerpo totalmente impregnado de historia, y la historia arruinando el cuerpo.” (Foucault, 2014, p.32). Es decir que el cuerpo como superficie de inscripción de los acontecimientos, no se corresponde en este sentido con un monumento, no es una estatua perpetua sobre la cual se quita o se pone en cada momento de la historia, como se verá más adelante al respecto de la corporalidad. El cuerpo está arruinado por cada instante, por cada fiesta, por cada comida, por cada relación; más bien muta, se transforma, se libera, libera a otros y al tiempo sigue encerrado en la bondad o en su intención de ella.

Si la procedencia atañe al cuerpo, la emergencia se relaciona con la pugna de fuerzas, de ideas, de sus condiciones morales y reglas, en las que puede aparecer una nueva manera de entender la menstruación, que no estuvo predestinada y que más bien está en relación con necesidades que se van dando y hacen uso de técnicas minuciosas, para lograr un objetivo en un momento dado: “Mientras que la procedencia designa la cualidad de un instinto, su intensidad o su debilidad, y la marca que deja en un cuerpo, la emergencia designa un lugar de enfrentamiento.” (Foucault, 2014, p.37).

Así, en los años inmediatamente posteriores a la primera guerra mundial, empezó a circular publicidad sobre toallas marca Kotex en Norteamérica. Las reservas de un producto que había sido diseñado para contener la sangre de hombres que fueron a la guerra, fueron adaptadas para contener esa sangre “inmunda” de las mujeres en los tiempos de paz (Tarzibachi, 2017). Las toallas no emergieron como un invento premeditado del siglo XX, que implicaría de entrada una evolución en la gestión de la menstruación, sino que se dieron paso gracias a esas reservas de apósitos, que ya no estaban siendo utilizadas por soldados para contener la sangre; se trató de una “Emergencia de Guerra”, como se señala literalmente en el anuncio.

Este campo de fuerzas implicó, por un lado un silencio sobre la sangre menstrual en la publicidad, que no mencionaba nada sobre la función de las toallas, pero que se intuía por el papel que se empezaba a dar a la higiene y a las mujeres como protagonistas en las láminas publicitarias y por otro lado se movilizó la retórica de la *protección femenina*, anunciada por una toalla que emerge justamente en los albores de la paz lograda por los valientes soldados que protegieron la patria (Tarzibachi, 2017); la primer campaña publicitaria de Kotex utilizó el discurso del patriotismo para empezar a movilizar la marca en el mercado (Vostral, 2008). En 1921 la revista *Ladis Home Journal* publicaba:

Nuestros muchachos estaban cayendo heridos en los campos de batalla en Francia. Los doctores de la Armada pidiendo una provisión ilimitada de apósitos quirúrgicos antisépticos que pudieran ser más absorbentes que el algodón. El gobierno dijo: ¿Pueden darnos un apósito quirúrgico como ése? Nosotros pudimos y lo hicimos.

Una Emergencia de Guerra

Hombres trabajando con una prisa febril construyendo una planta magnífica aquí cerca del distrito forestal del Norte. Y un apósito quirúrgico magnífico fue producido. Cientos de miles de fibras fueron enviadas a nuestros hospitales de guerra para salvar la vida de los hombres (...) Muchos soldados muy heridos tienen razones para agradecer al genio de la invención científica norteamericana por ese gran descubrimiento práctico.

Un Servicio Permanente en Tiempos de Paz

Ahora que la guerra terminó estamos dedicando esta planta magnífica a la utilidad de los tiempos de paz. Llamamos a este producto Kotex (*cotton texture*) y pronto estará disponible en baños (...)

Cuestan Casi Nada

Nuestras plantas se crearon para cubrir una necesidad de la guerra. Una enorme producción fue requerida. Vamos a incrementar la producción y bajar los costos. Kotex es suficientemente económica para ser desechada (...) (Kotex, 1921, citado en Tarzibachi, 2017)

La imagen que acompaña este anuncio es un dibujo de una mujer -aparentemente enfermera- entregando un apósito a un soldado herido, y a su alrededor se dibujan más soldados heridos y hablando, en una actitud de tranquilidad y descanso, más que de suplicio (Ver figura 1). El producto se anunció como protección, como reparación, así como los soldados son los reparadores de la patria, pero además ubica la figura de la mujer como cuidadora. La empresa mostró los apósitos como salvadores desde su función de contener la sangre de los soldados, pero además por su *utilidad en los tiempos de paz*; es decir para contener la sangre menstrual de esas mujeres cuidadoras. No se menciona su función, pero asume también la protección de la mujer, de su sangre, aunque no se nombre y en tal sentido, desde el rol de cuidadora que se evidencia en la imagen, contribuye en doble vía a la protección, desde lo que titula: *Para Salvar la Vida de los Hombres, La Ciencia descubre KOTEX*.

Este es el efecto de la *emergencia*: no se trata de la necesaria aparición de algo que había estado preparado por mucho tiempo, “sino la escena en la que las fuerzas se exponen y se enfrentan, en la que pueden triunfar, pero en la que también se las puede confiscar” (Foucault,

2014, p.61). Es una urgencia, la urgencia de usar los apósitos sobrantes, y que movilizaron una utilidad de unos cuerpos a otros en circunstancias diferentes, bajo una misma premisa, la protección.

1.1.2. Arqueología

Ahora que se ha situado la importancia de la *procedencia* y la *emergencia* para el análisis genealógico, diferente a la historia que vuelve sobre el *origen*, es importante hilar de manera más fina la tarea de la arqueología y su papel en la presente investigación. La arqueología, como lo recoge Castro (2005), se refiere a una descripción de los acontecimientos discursivos, plantear un diagnóstico de lo que acontece, desde la actualidad. Por ello se ha hecho énfasis en la pregunta desde el presente; el *acontecimiento* está relacionado con la emergencia, si bien implica novedad y regularidad, no se enmarca en esa acumulación histórica que se mencionaba anteriormente, sino precisamente en la discontinuidad, en la ruptura, en donde el azar juega un papel importante, pues los acontecimientos no son mecánicos. El campo de análisis en el cual se abordarán las corporalidades menstruantes, son justamente las *prácticas discursivas*, que para Foucault son

conjunto de reglas anónimas, históricas, siempre determinadas en el tiempo y en el espacio, que han definido, para una época dada y para un área social, económica, geográfica o lingüística dada, las condiciones de ejercicio de la función enunciativa. (Foucault, 2010, p. 154).

Estas prácticas no hacen referencia al *discurso* desde su finalidad lingüística o desde las reglas gramaticales que permiten la construcción de unos *enunciados*, sino a lo que ha posibilitado que existan unos enunciados y no otros, es decir, cuáles han sido las condiciones de existencia para que la menstruación no se haya mencionado en los anuncios publicitarios de los años 20 en Norteamérica, o que se haya publicitado a través de las ideas de limpieza y libertad en los años 60 y 70 en Bogotá. No se trata entonces de un análisis del discurso, ni de la estructura de una oración o de su sentido. El análisis de la lengua a propósito de un discurso, se guía por la pregunta

¿según qué reglas ha sido construido tal enunciado y, por consiguiente, según qué reglas podrían construirse otros enunciados semejantes? La descripción de los acontecimientos del discurso plantea otra cuestión muy distinta: ¿cómo es que ha aparecido tal enunciado y ningún otro en su lugar?” (Foucault, 2010, p, 41).

El análisis no revisa hechos inmóviles precisamente porque no vuelve sobre los orígenes, tampoco revisa avances, sino esos acontecimientos que se dan por el cruce de fuerzas políticas, económicas, sociales, religiosas, médicas y con ello prácticas de poder sobre los cuerpos. Al respecto Lazzarato (Zuleta, et al., 2007) trae a Deleuze: “el mundo es un virtual, una multiplicidad de relaciones, de acontecimientos que se expresan en *agenciamientos* colectivos de enunciación (en las almas) creando lo posible. Lo posible no existe desde el comienzo (...) hay que crearlo” (p. 24). Al tratarse el enunciado como *acontecimiento*, es decir como eso que sucede, como una pregunta por el presente, el ejercicio arqueológico se fija entonces en la singularidad de ese acontecer, en ubicar las condiciones de su existencia, fijar límites más exactos, relacionar con otros enunciados y evidenciar si hay otras formas de enunciación que se excluyen (Foucault, 2010). Los *discursos* no se abordan como conjuntos de signos, o elementos significantes que se cargan de contenido y significaciones, sino como “prácticas que forman sistemáticamente los objetos de que hablan” (Foucault. 2010, p.68)

El análisis de la genealogía no vuelve sobre el título del anuncio en la publicidad, para estudiar su gramática o semántica, o las representaciones sociales que se entienden allí, sino para ubicar los contrapesos, las contradicciones, eso que rompe la continuidad idealizada del progreso, los escenarios que han facilitado anunciar la menstruación como debilidad, como inseguridad, como *lo femenino* “el nexo de las regularidades que rigen su dispersión” (Foucault, 2010, p. 67). Ese más allá, lo que vuelve irreductibles las cosas a las palabras. El enunciado apela a un concepto no en su palabra misma, es decir, no sólo lo que se habló sobre la menstruación como tal, sino cuáles fueron las condiciones de posibilidad para que se nombrara de esa manera o de otras, pues hay enunciados que incluso “no pueden ser ser clasificados según los tipos de estructuras gramaticales que definen a las frases (como en el caso de un gráfico, un árbol genealógico o una ecuación de enésimo grado)” (Canales, 2012, p.24).

Todos los enunciados conforman el *archivo*, éste es justamente la suma de los enunciados, todo lo que se dijo sobre algo en un momento determinado, para Foucault (2010) el archivo es

en primer lugar, la ley de lo que puede ser dicho, el sistema que rige la aparición de los enunciados como acontecimientos singulares (...) este archivo no organiza ni conserva para la memoria futura los enunciados, porque es incontrolable en nuestra actualidad. Se da por fragmentos, regiones y niveles, tanto mejor sin duda y con tanta mayor claridad cuanto que el tiempo nos separa de él (p. 170-171).

La prensa o publicaciones periódicas son medios de socialización de las ciudades modernas, es el archivo por excelencia de este ejercicio arqueológico, porque es anónimo e implica múltiples voces. *La publicidad es en ese sentido el campo de archivo, las revistas corresponden a la superficie de búsqueda, y los enunciados a esas condiciones de posibilidad alrededor de la menstruación.* El presente estudio parte de los anuncios publicitarios encontrados en Cromos durante los años 1965 y 1975, donde se tendrán en cuenta el texto lingüístico y el gráfico, porque desde allí se evidencian las fuerzas que subjetivan las corporalidades.

A través de los enunciados rastreados se comprendieron las funciones enunciativas de la menstruación para luego permitir el análisis relacional de dichos elementos, que es precisamente la tarea genealógica. Estas expresiones son las *tecnologías de gestión menstrual*, lo que correspondería a una descripción de las *prácticas discursivas*, encontradas en la aproximación al archivo publicitario de tampones, toallas, o cualquier otro elemento que anuncia un saber sobre la corporalidad menstrual, no sólo en términos de su funcionamiento, como se ha venido planteando, sino de su cálculo, organización, y manejo. Es decir, desde el conjunto de técnicas y procedimientos encontrados en la publicidad, no los artefactos como tal (toallas o tampones), sino desde esas *prácticas discursivas* que permiten la gestión o el manejo de la menstruación.

Vostral (2018) ha ubicado dichas *Tecnologías de Gestión Menstrual* desde una perspectiva política sobre los artefactos o los objetos, que no son políticos en sí mismos, sino en relación con sistemas económicos o sociales donde se incrustan, para entender en contexto lo que podría implicar tal objeto incluso en su diseño, y romper con una tradición que entiende lo

tecnológico como evolución o desarrollo permanente. Las tecnologías son más bien emergencias que permiten múltiples significados e interpretaciones, implican procesos mutables y no necesariamente un cambio o desarrollo social. La relación con el contexto, con la moral, con los discursos que se mueven desde diferentes ámbitos de la vida social sobre la menstruación hacen de esta un tema político que apela al encuentro con las demás personas en esa diversidad de lugares que ha tenido la menstruación. Las tecnologías no son artefactos inmutables o monumentos, como no lo son los cuerpos, se mueven desde lo relacional e implican prácticas de poder que moldean y rompen los cuerpos que menstrúan. Las tecnologías tendrán que ver con las tácticas y se relacionarán con las estrategias (medios y fines en relación) para llegar a lo que Foucault llamó: Tecnología política del cuerpo.

1.1.3. Biopolítica, Gubernamentalidad y la pregunta desde el Presente

Hace unos meses en Bogotá se encontraba en algunas vallas publicitarias del Transmilenio, publicidad de la marca de toallas Nosotras, que anunciaba: *Juntas somos más fuertes*, acompañada de una fotografía a blanco y negro que retrataba un grupo de niñas con uniforme de colegio, de diferentes estaturas, pesos, estilos corporales, todas con las manos en la cintura y en actitud desafiante (Ver Figura 2). La publicidad se inscribía en la Campaña: *Bullying por loving*, que tiene como objetivos, desde el 2016

mostrarle que cada persona tiene un poder interior que va mucho más allá de lo que otros opinan y “ese poder nos hace grandes, nos hace seguras, nos ayuda, incluso, a combatir el bullying” (...) “Queremos hacer un llamado a las mujeres a que nos queramos más entre nosotras mismas, a que seamos más solidarias, más humanas y que nos juntemos y hagamos un frente contra el bullying” (Correa, citada en Ríos, 2018)

El slogan de la publicidad coincide con la movilización de la frase *Juntas Somos más Fuertes y Ni una menos*, como hashtags en redes sociales, que se utilizan sobre todo durante los días 8 de marzo y 25 de noviembre, en los cuales se conmemora el día de las mujeres y de la no violencia hacia las mujeres respectivamente.

La idea de una mujer empoderada, fuerte, segura de sí misma, y con corporalidades diversas, se juega como un discurso de resistencia a través de la publicidad, y que de hecho tiene lugar en prácticas de resistencia social. La pregunta por el acontecer que posibilita ese anuncio y con él, la venta, compra y uso de productos para la gestión menstrual, sin que se haga siquiera mención a ella, conduce a ubicar un devenir que rompe la imagen de la corporalidad de las mujeres en la publicidad, precisamente desde la década de paso de los años 60 a los años 70, momento en el cual el mundo vivía un cambio cultural de dimensiones importantes como fue mayo del 68 en Europa y la liberación de las mujeres en diferentes lugares del mundo; posicionando reflexiones sobre las autonomías sexuales y reproductivas, la discusión de la píldora anticonceptiva y con ella la maternidad como elección y no como determinación, la autonomía laboral y la consigna *lo personal es político*⁶.

Surge entonces la pregunta: *¿Cómo devienen las corporalidades menstruales en la publicidad sobre tecnologías para la gestión menstrual en Colombia, entre los años 1965 y 1975?* El objetivo principal se concentra en desentramar la corporalidad menstrual como verdad biológica, sobre lo cual se hace pertinente como objetivos específicos: a) rastrear los enunciados sobre las corporalidades menstruales que circularon desde la publicidad de revistas, durante los años 60 y 70 en Colombia; b) aproximar en términos del poder y el saber, lo inscrito en dichas corporalidades, y c) ubicar rupturas y discontinuidades desde las prácticas discursivas que circularon en la publicidad mencionada.

Todo el análisis de los enunciados sobre Tecnologías de Gestión Menstrual atraviesa el cuerpo, o más bien la corporalidad como construcción y superficie de inscripción de los acontecimientos; al ubicar las tecnologías desde ese campo relacional humano, en donde el poder atraviesa también la corporalidad, es importante retomar el concepto de *biopolítica* por un lado, y el de *gubernalmentalidad* para el ejercicio genealógico. En este sentido las tecnologías van subjetivando prácticas y corporalidades; por ejemplo el cinturón elástico que acompañaba las toallas desde 1920 hasta casi 1970, a menudo agarraba vello púbico o se deslizaba entre las

⁶ Esta frase circuló durante la década de los años 60 y 70 en las organizaciones de mujeres feministas norteamericanas, en el marco de lo que se ha denominado Feminismo de segunda Ola. Reivindicó no solamente asuntos relacionados con la ciudadanía, como el voto y la participación política de las mujeres, sino también con situaciones, que al verse como personales o privadas, se excluye su importancia en el debate público, como la sexualidad, el aborto y la identidad de género.

piernas; los tampones pusieron presión sobre la vejiga, generando la necesidad de orinar más seguido, los adhesivos y las alitas introducidas en las toallas durante los años 80, seguían permitiendo derrames de sangre sobre la ropa, pero generaron en las mujeres, un sentido mayor de control sobre sus propios cuerpos (Vostral, 2008). En definitiva, las tecnologías no solamente mutan con relación al cuerpo, se ajustan a él, o hacen que este se ajuste a ellas, sino que además invitan a la autogestión, al control sobre los propios cuerpos.

Precisamente, las tecnologías o técnicas se refieren “siempre a la dimensión estratégica de las prácticas, es decir, al modo en que tales prácticas operan en el interior de un entramado de poder” (Castro, 2010, p.35). El poder acá no es una instancia, sino una potencia que se materializa a través de los cuerpos de las personas y el cuerpo social. Se trata de las fuerzas de relaciones, por eso está imbricado por la cuestión política, si se entiende ésta desde la perspectiva de Hannah Arendt (1997):

la política se basa en el hecho de la pluralidad de los hombres (...) la política trata del estar juntos, los unos con los otros de los diversos. Los hombres se organizan políticamente según determinadas comunidades esenciales en un caos absoluto, o a partir de un caos absoluto de las diferencias (p. 45)

La política atañe al cuerpo y a lo relacional, donde el poder está atravesando, ejercido y no detentado, como lo destaca también Arendt (1997), al ubicar los prejuicios contra la política, se ha tendido a confundir el poder con la violencia, “el poder [Macht], que un único individuo nunca puede detentar porque surge de la actuación conjunta de muchos, con la violencia [Gewalt], de la que sí puede apoderarse uno solo” (p.51).

La *biopolítica*⁷ es un concepto que emerge en el marco de la racionalidad política del liberalismo, es la explicación que toma Foucault en contraposición al poder soberano, entendido como ese poder detentado por una persona bajo la premisa *hacer morir, dejar vivir*. La perspectiva de la *biopolítica* por el contrario implicó el *hacer vivir, dejar morir*, en las márgenes

⁷ Con relación a la anatomopolítica, Castro (2010) retoma de la obra de Foucault, “Ya no se trata de una sino de dos tecnologías con racionalidades diferentes: una está dirigida hacia el adiestramiento de los cuerpos, la otra hacia la regulación de las poblaciones. La «anatomopolítica» emerge en la primera mitad del siglo XVIII y la «biopolítica» en la segunda mitad del mismo siglo. Las dos tecnologías no se excluyen mutuamente (aunque son diferentes y operan en distintos niveles), y la segunda engloba a la primera.” (p. 57).

de acción del Estado desde el liberalismo, en donde la vida es potenciada y maximizada, se invade totalmente, “Se gestiona la potencia de vida para hacerla más productiva, más eficiente, más segura, más regulada, menos sometida a las contingencias” (Castro, 2010, p. 56). El *dejar vivir* desde el *biopoder*, se ocupa de la demografía, de la higiene pública, de la jubilación, del urbanismo

La biopolítica implica entonces el gobierno de las poblaciones; al respecto el concepto de *gubernamentalidad*, aporta de manera más clara, un elemento clave para ubicar es control sobre los propios cuerpos; si bien implica tal vez, el mismo nivel de análisis de la biopolítica como gobierno de las poblaciones, resulta centrado en el *gobierno sobre sí mismos*, en articulación con las relaciones de los otros. No son sin embargo dos términos excluyentes o progresivos, la biopolítica nos permite entender las maneras en las que el poder se incrusta, desde lo relacional en las circunstancias menos percibidas de la vida cotidiana, donde por supuesto está implicado el cuerpo y su disciplinamiento, y desde allí la gubernamentalidad, nos permite precisar el lugar que nosotras mismas tenemos en dicha gestión sobre lo corporal, “La noción de gobierno se entrecruza aquí con la historia de la ética, en el sentido foucaultiano del término, es decir, con las formas de subjetivación” (Castro, 2005, p.234).

La gubernamentalidad es un desarrollo conceptual de Foucault, heredado de Nietzsche en los análisis de los años 70, fruto de la madurez de su pensamiento sobre el “poder sobre la vida”, trabajados desde nociones como biopolítica y biopoder. En él reconoce ese conjunto de procedimientos, análisis, instituciones, cálculos, reflexiones que permiten ejercer poder desde esa manera tan específica y compleja, y que “tiene como meta principal la población, como forma primordial de saber, la economía política, y como instrumento técnico esencial, los dispositivos de seguridad” (Foucault, 1999, p.195). Explicado por Castro (2010) de una cita que hace Foucault sobre Jean-Baptiste Moheu, dice que la forma mas efectiva de gobernar no es el “aseguramiento del territorio mediante la expedición de leyes, o el castigo ejemplar por su incumplimiento, sino a través del cambio de las condiciones vitales que rigen la existencia física y moral de una población” (Castro, 2010, p.75).

El gobierno del sí está atravesado justamente por la premisa del liberalismo Laissez faire, laissez passer-dejar ser, dejar pasar, la gestión propia del cuerpo y con ello la percepción de autocontrol y de libertad. El cambio en las tecnologías de poder, es decir en la noción de gubernamentalidad, que como se ha dicho no es progresiva, radica en “la introducción de un gobierno que presupone la libertad de aquello que se gobierna. Por eso no se interviene directamente sobre la conducta, sino sobre las condiciones de la conducta” (Castro, 2010, p. 77)

Lo anterior implica volver sobre las *tecnologías para la gestión menstrual*, desde el orden de lo moderno, que involucra el cuerpo, el tiempo, la acción y el mercado. Enmarcados en estrategias biopolíticas mecanizadas en discursos de subordinación y dispositivos de intervención (el médico, la moda, la feminidad), convirtiéndose en las prácticas organizadas que operan como tecnologías de formación, cuyo despliegue influencia la experiencia de las mujeres que los usan y de las mujeres que no los usan.

En tal virtud, se toma la discusión de la investigadora argentina Eugenia Tarzibachi (2017), en su libro *Cosa de Mujeres*, quien señala entre otros, un plano desde el cual se ha configurado la *corporalidad menstrual*: como mercancía de la industria productora de toallas y tampones desechables, autodenominada Industria del Cuidado Personal Femenino o Femcare. Así mismo, la subjetivación de cuerpos *dóciles y útiles*, pero además autogestionados, a partir de investigadores como Paula Sibilia (2012) y Gilles Lipovetsky, que desde lugares distintos presentan la construcción de los cuerpos desde finales del siglo XVIII y mediados del XX, para que funcionen de la manera más eficaz dentro del proyecto histórico del capitalismo industrial, que hoy sigue produciendo corporalidades (Sibila, 2012) y que para el caso de las mujeres, es el ideal virtual del cuerpo a-menstrual, productivo, demarcado por el tiempo.

Finalmente, esta aproximación a las corporalidades menstruantes y las tecnologías para su gestión, trata de la deconstrucción de la historia desde lo acontecimientos, desde el presente. No pretende tener la solución de un problema, sino más bien permitir la apertura a reflexiones sobre la corporalidad, así como es susceptible de ser pensada en otras opciones de construcción en el hoy, para asentar más preguntas y crear nuevas miradas sobre nuestros cuerpos. Más que una genealogía, se trata de un ensayo genealógico-arqueológico que apenas está comenzando. La

menstruación como discusión social es una oportunidad para dudar siempre de todo lo normal y aceptado, cuestionando incluso la biología que determina la *libertad* ofrecida, y pensando el cuerpo en presente, también como diverso, rutpturado y político.

1.1.4. Descripción de la Masa Documental

Las revistas consultadas han circulado en las principales ciudades del país desde 1930 hasta 1980. La prensa y las revistas contaban con características *más abiertas* para ciertos contenidos que se permitían circular por la época; en ellas se mostraba a su estilo, la venta de productos de higiene femenina resuelta como tabú, con nombres como “Nosotras”, “Secreto”, “Cautiva”, “Modess”, “Stayfree” y los tampones O.B. La masa documental estudiada entre 1965-1975, está constituida entonces por revistas de circulación nacional como: *Cromos* (1916), *Ilusión* (1967), *Buenhogar* (1969) y *Laura* (1974).

La primera aproximación se realizó sobre la Revista *Cromos*, y desde allí se remitió la búsqueda a las demás revistas mencionadas, que fueron publicitadas en las mismas páginas, por ser de la misma casa editorial. El contenido de *Cromos* estaba dirigido a público adulto, con temas generales de la vida política, económica y social del país; las imágenes publicitarias se dirigen a un segmento de mujeres ciudadinas, con recursos monetarios para la compra de los productos y de las mismas revistas, es decir de una clase social alta y media, mujeres de tez blanca y delgadas. Circulaba cada semana, y actualmente sigue siendo una de las revistas importantes para un segmento de la sociedad colombiana su tema central es la moda y vida social, eso sí, enfocada al consumo de las mujeres, su circulación ahora es mensual.

En cuanto a las revistas *Ilusión*, *Buenhogar* y *Laura*, su público específico siempre fueron las mujeres. En ellas eran explícitos los roles de género, intereses, preocupaciones y gustos direccionados. Bogotá, Calí y Medellín fueron su mercado principal, por ser las principales ciudades del país en cuanto poder administrativo y político que luego se desplegaba a otras instancias como lo educativo, social hasta llegar al ámbito cultural. En ellas reposan contenidos de salud, cocina, moda, psicología y política y un número importante de productos

para el cuidado y apariencia de la mujer. Por su precio, diseño y contenido se explica el direccionamiento a la clase social alta y media.

La masa documental constó de 554 revistas, correspondientes a las publicaciones semanales de *Cromos* entre los años 1965 a 1975; 19 correspondientes a la publicación mensual de la revista *Buenhogar* desde 1969 hasta 1971; 6 de la Revista *Ilusión* desde 1968 a 1969, y 12 de la Revista *Laura* entre 1974 y 1975. Además, se revisaron 306 revistas de *Cromos*, correspondientes a la publicación semanal entre el año 1935 y 1940. Esta revisión inicial se realizó en la hemeroteca de la biblioteca Luís Ángel Arango y la hemeroteca de la Biblioteca Nacional.

Fue la misma revista *Cromos*, la que arrojó datos de interés para la revisión de *Enciclopedias para Mujeres*, pues se encontró en un par de números, la publicidad sobre dicha enciclopedia. La revisión de dichas enciclopedias se hizo desde la búsqueda facetada en la biblioteca Luís Ángel Arango, a partir de la organización por materias que maneja la biblioteca, desde el tema Enciclopedias y Diccionarios para la Mujer, filtrando la búsqueda desde el año 1965 hasta 1975. Esta búsqueda arrojó cinco (5) Enciclopedias como resultado, de las cuales se revisaron cuatro (4) que estaban en Bogotá y se incluyeron como parte de la masa documental.

El criterio de búsqueda y recolección de información fue cualquier publicidad, artículo o noticia, que hiciera referencia a la menstruación o a las tecnologías para su gestión. Sin embargo, a medida que se fue rastreando dicho criterio, se encontraron de manera persistente anuncios sobre germicidas o antisépticos vaginales, que eventualmente mencionaban la menstruación como un problema relacionado con la higiene; por lo tanto, también se incluyeron todos los anuncios sobre esos productos como masa documental.

Otro aspecto que llamó la atención sobre los anuncios, fue que se apelaran en muchos de ellos a la medicina como fuente de legitimación para la oferta de los productos. Lo cual, junto con el énfasis en la higiene de la vagina, remitió un interés por las condiciones de posibilidad de esos discursos, desde el proceso de higienización de la ciudad de Bogotá, que se formalizó a principios del siglo XX. De allí que se haya revisado la serie de publicaciones de *Cromos* desde el año 1935 a 1940 y adicionalmente, la serie de publicaciones de la *Revista de la Facultad de*

Medicina de la Universidad Nacional de Colombia, desde el año 1935 a 1940; esta búsqueda se realizó a través de la plataforma virtual de la revista mencionada.

Con la palabra menstruación como criterio de búsqueda, se encontró un artículo: *Un caso curioso de Menstruación por el ombligo*; y desde el año 1965 hasta 1975, otro artículo como resultado, sobre *La Obstetricia y la Ginecología en Colombia*, que hace un balance histórico sobre la consolidación de la especialidad en el país, en el año 1971. Sin embargo, este último artículo no fue incluido en la masa documental, pues no hace referencia a la menstruación, sino para mencionar un libro publicado en 1964 en Medellín, titulado *Maternidad y Menstruación sin dolor*, por Gustavo Isaza Mejía.

Al encontrar el artículo de balance sobre la obstetricia y ginecología en Colombia, llamó la atención la movilización de esta especialidad, con lo que se venía encontrando en los anuncios publicitarios; por lo cual, se realizó una búsqueda en la *Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología* -que se publica desde 1953-, también con la palabra *menstruación* como criterio de búsqueda, entre los años 1965 hasta 1975. Este ejercicio arrojó cinco artículos como resultado, de los cuales sólo se tomó uno como masa documental, pues los otros no hacían referencia de manera explícita a la menstruación, más allá de nombrarla en relación al embarazo, la estimulación hormonal y algunos anticonceptivos, lo que más bien se recoge en las conclusiones. El artículo mencionado se titula: *Actitudes y conocimientos sexuales directamente relacionados con la menstruación y sus creencias, en 8 colegios femeninos de Popayán*, publicado en el año 1974.

De lo anterior se toman fotografías sobre los anuncios y posteriormente se organizaron por años en carpetas, se transcribieron y se hizo una descripción de los anuncios que contenían imágenes. Posteriormente se realizó una tematización de la transcripción de los anuncios y artículos de las revistas, donde se ubican en un primer momento unas categorías generales, organizadas y contabilizadas en un cuadro de excel, lo cual conformó la masa documental de ese *Archivo* publicitario o la suma de enunciados de la presente investigación. Después se afinaron dichas categorías, y se organizaron en los dos grandes títulos de *Enunciados* que recoge el presente análisis: *Frescas: higienización de los cuerpos, Seguras: al encuentro de la mujer*

moderna. Las descripciones de las imágenes se asociaron con las categorías, para luego hacer el análisis desde los enunciados correspondientes.

1.2. Justificación

La racionalidad con la cual se establece el discurso privilegiado para la menstruación en la historia, aparentemente es la medicina. Incluso los estudios sobre la menstruación que se han elaborado en las últimas dos décadas en Colombia, han hecho especial énfasis desde la perspectiva médica, en *afecciones* o *anomalías* en la menstruación como proceso biológico. Todo aquello que salga del ciclo menstrual establecido, con sus tiempos y edades promedios, espesura y color de la sangre, implicaciones hormonales sobre la piel y el comportamiento, resulta ser anormal e inconsistente con esa *regla* milimétrica que marca los días de una *mujer biológica*, en tres escenarios vitales -la menarquia, la menstruación, y la menopausia- que contienen en sí mismos otras tantas irregularidades. Los tres aspectos se relacionan de forma especial con la fertilidad, incluso desde el discurso médico, que se contonea como un *Sinprejuicios* o como neutralidad suprema, donde también se festeja como en otros saberes que han sido excluidos a la superstición y la magia, la bienvenida a las mujeres como potenciales madres.

Los estudios sobre la menstruación se han expresado entonces y de manera más clara desde la formalización de la ginecología y la obstetricia, como especialidades médicas en Colombia, en términos de *desarreglos del ciclo menstrual*: amenorrea, dismenorrea, menorragia. Ellas en relación con el ciclo de la vida, la actividad reproductiva, el embarazo, síntomas premenstruales, la esterilidad, el uso de anticonceptivos, el rendimiento deportivo, el uso de fármacos y plantas medicinales e incluso como factor de riesgo para la *higiene íntima femenina*, si se practican relaciones sexuales durante el periodo menstrual (Cuevas, et al., 2010).

La antropología desde mediados del siglo XX ha intentado comprender actitudes positivas o negativas sobre el ciclo menstrual, desde diferentes grupos poblacionales, y a través de estudios que comprenden la menstruación como un proceso que logra sus propios signos,

símbolos y prácticas culturales. También desde los estudios de la comunicación y de género se han planteado otras miradas sobre la menstruación como fenómeno social (Quiñonez, 2017). Con todo, incluso desde la antropología médica, en Colombia la producción sobre el tema ha sido limitada, en comparación con numerosos estudios sobre rituales de iniciación masculina (Tovar, 2014b).

No obstante, existen hoy por hoy, algunas investigaciones que abordan la menstruación desde aspectos culturales y etnográficos (Restrepo, López y Velez, 2000; Alarcón, 2005; Alarcón y Blanco, 2006; Guillo, 2013; Ochoa, 2014; Morales y Correal, 2016), desde enfoques desarrollistas y jurídicos relacionados con acceso a productos y espacios para la higiene menstrual (Ariza, Espinoza y Rodríguez, 2017), con el acceso a lugares mientras se está menstruando (Bohorques y Aguirre, 2010), y desde un enfoque de género y salud, en una perspectiva crítica a la medicina y la ginecología occidental (Tovar, 2004a).

A pesar de que estos últimos, presentan una perspectiva amplia sobre la menstruación, pues sitúan características contextuales y culturales sobre lo que se ha entendido históricamente como un proceso biológico, la mayoría de documentos se encuentran en revistas de medicina, salud pública o de obstetricia y ginecología. Es decir, se han venido posicionando otras miradas sobre la menstruación, diferentes a lo específicamente biológico, y así mismo diferentes a lo sano-enfermo, o lo normal-anormal, pero la legitimación del saber parece depender todavía, en su gran mayoría, de la aprobación del discurso biomédico.

La menstruación como una categoría política e histórica, está hoy en deuda desde la investigación académica en el país. Es un tema que se ha movilizadopor parte de colectividades de mujeres, feministas, y grupos de estudio y de investigación en asuntos de género. Pero en términos de producción académica no se encuentra mayor información, sobre todo en comparación con la abundante bibliografía que se encuentra en Norteamérica (Houppert, 2000; Aveda, 2006; Freidenfelds, 2009; Steim y Kim, 2009; Vostral, 2008; Weiss-Wolf, 2017), y en menor medida en algunos países latinoamericanos como Argentina (Kohen y Meinardi, 2016; Tarzibachi, 2016; Tarzibachi, 2017), Chile, (Muñoz, 2017), Brasil (Felliti, 2016), y Puerto Rico (Nieves, 2012).

Las investigaciones en publicidad sobre menstruación (Gallego, 1999; Houppert, 2000; Cortéz, Marván y Lama, 2006; Gómez, 2012; Ochoa, 2015; Rincón, 2016; Pessi, 2016; Tarzibachi, 2016; Quiñonez, 2017) también pueden aportar desde otros marcos interpretativos en el análisis de corporalidades menstruantes, en el sentido que ubican como referente, saberes que no se valoran tradicionalmente por la ciencia, pese a que circulan en el cotidiano, y reproducen, se contradicen y entremezclan con esos saberes científicos hegemónicos; como son los folletos, revistas, periódicos, afiches, entre otros. La publicidad, se entienden así, como otros discursos que también dan lugar a sentidos, acciones, y prácticas sobre la corporalidad.

No se trata sin embargo de reemplazar un discurso hegemónico sobre la menstruación y las corporalidades que en ella se configuran o decodifican, por otro que se presuma más legítimo; como podría entenderse el situar la necesidad de una reflexión política sobre el tema. Se trata más bien de cuestionar la comodidad que ha tenido la ciencia y el saber académico, al encontrar puntos de quiebre sobre un aspecto, que, aunque ya se ha identificado como tabú, todavía sigue en silencio, ¿tal vez por *inapropiado*? Es decir, es pertinente problematizar la menstruación desde el marco de la corporalidad, como un evento naturalizado o inherente a la *mujer biológica*, porque es, en ese ejercicio de naturalización, política; desde una aproximación genealógica de las corporalidades menstruantes en Colombia en la década de paso de los años sesentas a setentas.

Esta temporalidad (1965-1975), toma relevancia para abordar las corporalidades menstruantes, desde lo que circuló en la publicidad en Colombia, porque la industria sanitaria empieza a tener mayor auge a partir de la segunda mitad del siglo XX, con la formalización de empresas dedicadas a la importación y luego a la producción de los llamados productos de aseo personal, como papel higiénico, aceite y talco para el cuerpo.

En 1958 se inaugura la Compañía Familia, inicialmente llamada Urigo, dedicada a la importación de papel higiénico marca Waldorf desde Estados Unidos, y se lanzan al mercado en 1975 (Grupo Familia, s.f.) las toallas higiénicas marca Nosotras, que hoy produce además protectores, tampones, pañitos húmedos, jabón íntimo y espuma para depilación. En 1962 (Johnson & Johnson, s.f.) se constituye legalmente en Barranquilla la compañía Johnson & Johnson, que produce hoy en día protectores Carefree, toallas higiénicas Stayfree y tampones

O.B. entre otros. En la misma década, en 1967 (Barrientos, 2009) inicia el proyecto de fusión de la multinacional Kimberly Clark Corporation con Coltabaco, para la producción de papel de cigarrillo en principio y luego al adherirse a Colpapel S. A., continúa con la fabricación de productos de aseo personal con el nombre Colombiana Kimberly Colpapel S.A; empresa que hoy avala la marca Kotex de toallas higiénicas, protectores, tampones y toallitas húmedas.

Ya desde la primera mitad del siglo XX la preocupación por la higiene agenció toda una reorganización de las leyes y de la sociedad misma, en pro de una limpieza estrictamente ligada con la salud. Ya había entonces publicidad y venta de toallas higiénicas en Colombia, pero en las décadas siguientes hubo una diversificación más clara de estos y otros productos para la gestión menstrual, como tampones y toallas de diferentes tamaños y texturas.

La publicidad es en este sentido, una apertura a discursos y saberes que circularon en Colombia durante la temporalidad mencionada, en un escenario enmarcado por los rezagos de la segunda posguerra, el tránsito por la guerra fría, el inicio y consolidación de las guerrillas en Colombia y otros países de América Latina, el Frente Nacional, los levantamientos populares, en especial estudiantiles, y los debates contraculturales que emergieron desde el mayo francés, en los que tuvo un papel protagónico la liberación de las mujeres. Este último elemento será clave para el análisis del discurso publicitario, más como ruptura que como correlato histórico lineal, al ubicar contrapesos y contradicciones sobre las corporalidades menstruantes emergentes, como se verá más adelante.

Capítulo II

Apreciaciones conceptuales

Con el ánimo de ubicar algunos elementos conceptuales desde los cuales parte el ejercicio arqueológico, se presentan a continuación reflexiones que hacen las veces de ventana analítica, sobre las que se abordará posteriormente lo encontrado en los enunciados. Estos conceptos se fueron discutiendo y retroalimentando en el proceso de rastreo y análisis de los enunciados.

2.1. Cuerpo y Corporalidad

El interés sobre el cuerpo y la corporalidad para la investigación desde las ciencias sociales, ha involucrado en diferentes momentos de la historia gran cantidad de miradas, de supuestos ontológicos abordados desde la filosofía, la medicina, la antropología, desde la historia misma de las disciplinas, pues envuelve justamente la pregunta por la materialidad del ser. El cuerpo de la Grecia clásica, , no es el mismo que el de Israel y el del antiguo testamento no es el mismo que los cuerpos definidos desde la filosofía moderna. Pareciera, sin embargo, que el *cuerpo* fuera él mismo unidad, un cuerpo delimitado por las leyes de la biología, la fisiología, o por la materialidad de sí: objetivo. Un cuerpo instaurado desde la modernidad, en el marco de la consolidación de la medicina y la psiquiatría como unidades discursivas, es nombrado como Cuerpo Humano, como cuerpo hombre o cuerpo mujer -más cuerpo hombre en la historia de las ciencias-, cuerpo viejo o joven, cuerpo saludable o insano.

El cuerpo, o más bien, los cuerpos son reducidos a sus posibilidades más simples para poder atraparlos, entenderlos y domesticarlos. Como lo retoma Foucault (2014) de Nietzsche:

pensamos que el cuerpo no tiene otras leyes que las de su fisiología y que escapa a la historia. Nuevo error; está atrapado en una serie de regímenes que lo modelan; está roto por ritmos de trabajo, de reposo y de fiestas; está intoxicado por venenos -alimentos o

valores, hábitos alimenticios y leyes morales, todo a la vez-; se forja con la resistencia. (pp. 45-46).

Pero los cuerpos no son objetos estáticos, no se trata sólo del cuerpo humano, como se ha enseñado en los cursos de anatomía desde los primeros años de escuela; más bien, los cuerpos son históricos, son construcciones sociales, culturales, rituales, periféricas y múltiples. Las teorías sobre el cuerpo y los debates ontológicos clásicos dan cuenta de ello. No existe tal unidad en el objeto cuerpo, porque está atravesado por los discursos médicos, biológicos, evolucionistas, antropológicos, educativos, por las mismas resistencias subjetivas que entran en disputa con esas disciplinas o escenarios de saber y que le ubican normativamente en relación con sus formas, representaciones, movimientos, actos, vínculos, alimentación, reproducción, etc. Como lo resalta Foucault en *Vigilar y castigar* (2009), “el cuerpo está también directamente inmerso en un campo político; las relaciones de poder operan sobre él una presa inmediata; lo cercan, lo marcan, lo doman, lo someten a suplicio, lo fuerzan a unos trabajos, lo obligan a unas ceremonias, exigen de él unos signos” (p. 32).

La *Corporalidad* como categoría de análisis permite situar ese cuerpo en un lugar histórico y como escenario de poder, como producto y disolución permanente de fuerzas que se contradicen; es decir, de discursos que lo moldean, lo rompen y lo expresan en corporalidades sujetas a normas sociales y culturales, que no siempre apuntan a un cuerpo físico, a un cuerpo interno o a un cuerpo sano. El cuerpo de la tradición teológica cristiana remite a la sanción, la impureza y el pecado, simultáneamente opone un cuerpo y sangre que son sagrados, representados en la muerte de Cristo. *La corporalidad se ha entendido como la experiencia subjetiva sobre el cuerpo* (Waldenfels, 2000; Bergson, 1896; Sartre, 1943; Merleau-Ponty, 1960; Mauss, 1936, citados en Escribano, 2011 y Csordas, 1990). Un cuerpo vivido desde dentro: intracuerpo-*leib*⁸, incorporado o encarnado (enboidment/être incarné), en contraposición a un cuerpo exterior-*Körper*⁹, más relacionado con lo anatómico o fisiológico (López y López, 1974),

⁸ En alemán, se refiere a cuerpo como realidad vivida o vivenciada

⁹ En alemán hace referencia a cuerpo como realidad objetiva o material. Ésta diferenciación, entre *Leib* y *Körper* fue planteada por Husserl en el marco del análisis de la vivencia de la corporalidad de la filosofía del siglo XX.

que refiere desde la corporalidad a la experiencia vivida o la experiencia del cuerpo como realidad fenomenológica (López y López, 1974).

Si desde el punto de vista fenomenológico la corporalidad intenta reivindicar, justamente desde esa subjetividad encarnada, una contrapropuesta sobre la concepción cartesiana del ser (alma-cuerpo), como instancia determinada, mecánica, y material; entonces, entender la corporalidad como un intracuerpo, o como una expresión de la subjetividad encarnada, parece seguir poniendo en diálogo una materialidad exterior, con una psiquis interior, ahora fusionadas en la experiencia. En definitiva, ubica un sujeto-objeto experiencial sobre quien recae el análisis, es decir una corporalidad expresada en un sujeto que la experimenta.

El abordaje fenomenológico del cuerpo implica así, una experiencia desde el mismo cuerpo y a su vez, un lugar de desbordamiento o intercambio entre naturaleza y cultura (Wandenfels, 2000, citado en Escribano, 2011). Sin embargo, la *corporalidad* que permitirá situar al cuerpo en relación con el devenir histórico, no de manera lineal y progresiva, sino en tanto emergencia, no necesita tal discusión sobre la experiencia del sujeto sobre su corporalidad, porque lo que se pone en juego no es dicha subjetividad encarnada; trata más bien de la subjetivación, de las prácticas discursivas, entre las que están tanto las ciencias naturales como las culturales, pero también todo un conjunto de enunciados que circulan en las sociedades, y que permiten, rompen, limitan o silencian corporalidades.

De esta manera, la categoría *corporalidad* se podría vincular mejor, para los propósitos del presente análisis, con ese lugar que Foucault (2014) le dio al cuerpo en relación con la historia efectiva:

El cuerpo: superficie de inscripción de los acontecimientos (mientras que el lenguaje los marca y las ideas los disuelven), lugar de disociación del yo (al que trata de prestar la quimera de una unidad substancial), volumen en perpetuo desmoronamiento. La genealogía, como análisis de la procedencia, está, pues, en la articulación del cuerpo y de la historia. Debe mostrar al cuerpo totalmente impregnado de historia, y la historia arruinando del cuerpo. (p.32).

La *corporalidad* tampoco atañe entonces, una discusión sobre la materialidad o inmaterialidad del cuerpo, no interesa tal punto si lo que se quiere abordar son precisamente las condiciones de posibilidad, en las que emerge como material o inmaterial, como fusión, como fisiología o como experiencia. Se entiende entonces que esa unidad que se pretende sobre el cuerpo, ya sea cuerpo biológico, cultural o fenomenológico, no puede aceptarse desde la perspectiva arqueológico-genealógica. Precisamente porque es desde el análisis de la *procedencia*, no desde el origen o la sustancia pura u objetiva, que se pueden localizar accidentes, desviaciones o giros, los errores, las faltas de apreciación, los malos cálculos que han dado nacimiento a los cuerpos como existen y se han situado como válidos, es decir, la procedencia de esas corporalidades en tanto ruptura, como discontinuidad de lo que parecía *Unidad Continua*. (Foucault, 2014).

Sin embargo, hay elementos importantes a tener en cuenta de la tradición fenomenológica en relación con la corporalidad, en el sentido que el cuerpo no es un sustrato pre-social y pre-cultural al cual se le añade el elemento cultural, sino que, en el uso del cuerpo, sus gestos, movimientos, sus acciones cotidianas, se encausan, modelan y concretan sus posibilidades (Mauss, 1936, citado por Escribano, 2011). No existen en tal sentido, como lo plantea Bourdieu (1986) signos corporales propiamente físicos, las expresiones de la boca o del rostro se pueden leer como indicadores de una “fisonomía moral socialmente caracterizada” (p.185), estados vulgares o distinguidos de la corporalidad.

Mauss (2008, citado por Escribano, 2011) destaca, por ejemplo, una suerte de naturaleza social de los *hábitos* corporales, para establecer una relación central entre cuerpo y sociedad, entre cuerpo y la cultura; pues las acciones corporales y en especial las técnicas del cuerpo, corresponden a variaciones que se pueden atribuir a la educación, las modas o prestigios que se dan en sociedad. Los hechos de educación dominan sobre el cuerpo, gracias a un mecanismo como es la *imitación prestigiosa*, en tanto los actos “fisio-psico-sociológicos” (p.93) son llevados a cabo gracias a una autoridad social.

El concepto de *habitus* hace referencia precisamente a la historia hecha cuerpo, a la incorporación de las estructuras sociales (Bourdieu, 1999), es decir, lo social inscripto en el

cuerpo, lo subjetivo, un conjunto de disposiciones que inciden en la manera de pensar, sentir o actuar, que entra en diálogo con el Campo o espacio social (Barrera, 2011). Las propiedades corporales son entonces, producciones sociales aprehendidas mediante sistemas de clasificación que no son independientes de las jerarquías sociales (Bourdieu, 1986), por el contrario, se ubican en el marco de una relación de complementariedad entre cuerpos que dominan o cuerpos que se vuelven legítimos y cuerpos dominados o ilegítimos (Barrera, 2011).

Si bien es importante tener en cuenta aquí la jerarquización sobre la corporalidad, bien sea en términos de clases o de cuerpos dominados y dominantes, en tanto estos últimos forjan una norma universal para los usos de los cuerpos, los ejercicios de poder que se pretenden analizar sobre las corporalidades, no recaen propiamente en el dominio de clase. El cuerpo ideal y el cuerpo real al que hace referencia Bourdieu (1986), como lugares de dominación simbólica entre clases, están atravesados más bien por los discursos, el saber o la manera en que circula la verdad, en donde por supuesto está incluida la moral burguesa, pequeño burgués, o como quiera llamarse a un grupo social dominante, que no por ello posee el poder sobre la imagen corporal, no lo controla.

Es decir, el análisis del poder no reside en el poder que ostenta la clase dominante sobre la dominada, tampoco desde el cuerpo hombre sobre el cuerpo mujer, como se abordará más adelante, sino en un entramado discursivo que circula, y sólo en esta medida legitima o deslegitima corporalidades desde múltiples escenarios del saber. Como lo plantea Foucault (2006), el poder:

circula y funciona -por así decirlo- en cadena. Nunca está localizado aquí o allí, nunca está en las manos de alguien, nunca es apropiado como una riqueza o un bien. El poder funciona y se ejerce a través de una organización reticular. Y en sus mallas los individuos no sólo circulan, sino que están puestos en la condición de sufrirlo y ejercerlo; nunca son el blanco inerte o cómplice del poder, son siempre sus elementos de recomposición. En otras palabras: el poder no se aplica a los individuos, sino que transita a través de los individuos (pp.31-32)

Con lo anterior se pretende hacer referencia a lo que Foucault (1998) entendió como *anatomopolítica*, esa multiplicidad de procesos de diferente origen, localización diseminada, que se repiten, coinciden y dibujan poco a poco el diseño de un método general sobre el cuerpo. Son todas aquellas “Técnicas minuciosas siempre, con frecuencia ínfimas, pero que tienen su importancia, puesto que definen cierto modo de adscripción política y detallada del cuerpo, una nueva “microfísica” del poder” (p. 142). Lo cual tiene importancia porque permite situar las corporalidades menstruantes en clave de la diversidad de discursos que rupturan o configuran su emergencia y en ese sentido, por un lado, prescindir de la Unidad corporal pretendida por la verdad médica o científica, y por otro, ubicar su emergencia como disputa de saberes y condiciones de posibilidad sobre los cuerpos que menstrúan, no desde la dominación o el poder ejercido desde un cuerpo que no menstrúa sobre uno que sí, sino precisamente desde esas localizaciones incluso ínfimas del poder sobre los cuerpos, en últimas, la corporalidad.

2.2. Corporalidades Menstruantes

Entender la corporalidad desde el marco interpretativo de la biopolítica, sí nos permite ubicar unas corporalidades que han sido tal vez más legítimas, más nombradas, e idealizadas, como ya se esbozó, que no radican en un grupo privilegiado, o un individuo que ostenta el poder, sino en la historia misma, las sociedades, la cultura, expresadas mediante el poder de la verdad.

Con el sexo se ha hecho referencia, incluso desde algunas teorías feministas, a la materialidad del cuerpo en relación con una dualidad preestablecida: hembra-mujer/hombre-macho; frente a lo cual, se ha entendido como género -femenino/masculino- a la construcción social sobre ese cuerpo mujer. Sin embargo, ubicar el sexo también como una categoría que se construye socialmente, es decir que no es prediscursiva, como lo plantea Judith Butler (2002), permitirá abarcar el tema de la menstruación como un hecho social, provisto de cargas simbólicas, significados sobre el cuerpo que lo moldean y lo rompen. Al mismo tiempo,

tensionará la diada mujer- menstruación, que se configura a partir de una feminidad anclada al acto menstrual y a unas maneras ideales de menstruar.

En los libros del Antiguo Testamento, el cuerpo que requiere una atención profunda es el del hombre, la corporalidad de la mujer es secundaria y está sometida a la del hombre; allí la corporalidad de las mujeres es extraña, fuera de la norma común (Duch y Melich, 2012). Eva inmortalizó el mito del pecado original, en el que la sangre menstrual se convirtió en su castigo. La Sangre ritual en el libro del Levítico es privilegio de los hijos varones, el cuerpo de la hija mujer, no puede derramar sangre ritual porque es sucia e impura; la menstruación contamina porque representa de esta forma la negación de la fertilidad, un mito ligado a un tiempo nefasto, que, desde el Génesis, y el libro del Enoc, se moralizó bajo forma de castigo en relación con lo femenino, la mujer y la maternidad (Navarro, 2002).

El siglo XIX representa una fuerte patologización de la corporalidad de las mujeres de diferentes maneras, relacionadas con representaciones asignadas a las mujeres como débiles, frágiles, sensibles e irracionales. La mujer-madre encarnaba la feminidad ideal y representaba la posibilidad de conservar la estabilidad y armonía familiares, tanto así que su fisiología y psicología se presentó en relación con lo anterior, para que puedan justificar ese destino (Knibiehler y Fouquet, 1983, citados en Viveros, 1999). Havelock Ellis, por ejemplo, quien fuere médico y sexólogo en la época, describía la menstruación como característica de las mujeres, quienes se encontraban periódicamente heridas, donde incluso la mujer más sana albergaba “un gusano inofensivo y desapercibido, que las roe interiormente en las raíces de la vida, esto es, su útero” (Martin, 2001, citado en Gálves, 2016).

La enfermedad por excelencia era la histeria, se suponía su origen en la disfunción de la matriz o la insatisfacción sexual, de tal manera era *tratada* por medio de masajes vaginales que le permitían a la mujer *paroxismo histérico* (orgasmo); se registraron más de 75 síntomas posibles asociados a la histeria, entre los que se encuentran, dolores de cabeza, pérdida de apetito, movimientos convulsivos, sensibilidad exagerada, actitudes instintivas, desfallecimientos, irritabilidad, pérdida de la racionalidad, cambios radicales de ánimo, un fuerte deseo sexual, entre otros (Gálves, 2016)

A finales del siglo XIX, la *Menstruación Científica*, como denomina Sharra Vostral (2008) a las ideas sobre la menstruación que circularon desde el pensamiento médico en dicha época, reemplazó ideas sobre la sangre menstrual como residuo, como sangre sobrante del cuerpo que se expulsaba mensualmente para mantener balanceado el humor corporal. Basado en la *evidencia médica*, se reemplazó el conocimiento sobre la corporalidad de las mujeres al campo de la experticia de la medicina, en manos de doctores hombres para quienes se habilitó de forma exclusiva este campo del saber. Durante este siglo circularon ideas opuestas sobre la menstruación. Por un lado, como debilidad biológica, una idea reforzada por la escuela, padres y madres de familia, y en este sentido se encontró necesario un descanso, sobre todo en las adolescentes durante sus días de sangrado, porque forzarse demasiado podría ocasionar afectaciones en su fertilidad, o como causa de múltiples desequilibrios nerviosos (Viveros, 1999). Por otro lado, la menstruación se entendió como fenómeno biológico normal, pero en todo caso, las corporalidades menstruantes resultaron juzgadas desde ese sistema de creencias, como algo problemático, lo cual ayudó a incrementar una aproximación sistemática a la menstruación como prejuicio (Vostral, 2008).

Entrado el siglo XX, algunas mujeres médicas como Cleia Mosheer reivindicaron la normalización del periodo menstrual como proceso biológico, haciendo suponer que en nada eran diferentes a los hombres. Esta reivindicación exaltaba al debate político y el lugar de las mujeres en escenarios de participación, incluyendo el escenario laboral, lo que generó la necesidad de esconder las características de las corporalidades menstruantes, para no sentir la exclusión como sujetos políticos y en el espacio de trabajo, por una supuesta inestabilidad y debilidad durante el periodo menstrual. De tal manera se generó la necesidad de efectivizar la gestión del propio flujo menstrual, lo cual coincidió con una mayor aceptación del trabajo de las mujeres en las fábricas o fuera de casa (Vostral, 2008).

A través del proceso civilizatorio de la modernidad occidental, se promovió el control de los fluidos y de los desechos corporales (Elias, 1999, Citado en Felitti, 2016) y junto con discursos de asepsia e higienismo, facilitarían la producción de compresas que pudieran ocultar la sangre menstrual, primero desde la casa, y luego como industria. Limpiarse frecuentemente

era el consejo que se daba a las mujeres para evitar los gérmenes y cuidarles en la maternidad, como su principal función en 1900. El ideal era contener el fluido y los olores, dar lugar a un *silencio olfativo* al que se refiere Le Brenton (1995, citado en Felitti, 2016), que ocultaba la animalidad humana. (Felitti, 2016).

A diferencia de la carga sagrada del cuerpo humano desde el punto de vista judeocristiano, en la Modernidad cada vez con más intensidad, el *cuerpo-máquina*, se somete a las exigencias del *utilitarismo tecnológico* tan característico de esta época (Duch y Melich, 2012, p.135)

La corporalidad menstruante ha estado inmersa en un sin número de especulaciones y teorizaciones que se mueven entre lo sagrado, lo profano, lo místico, lo insano. En la actualidad pueden evidenciarse por ejemplo prácticas religiosas basadas en la idea de la *salud perfecta*, que tratan de reencontrar un cuerpo como el de Adán antes del pecado original; “un cuerpo de Adán sin Eva, sin sexualidad, sin enfermedades, sin muerte, sin pecado; en realidad, un cuerpo perfecto, un «cuerpo sin cuerpo»” (Sfez, 1995, citado en Duch y Melich, 2012, p.140)

En el Manual Diagnóstico y Estadístico de Trastornos Mentales DSM, por otro lado, en su quinta versión, el *trastorno disfórico premenstrual* se ha ubicado como un trastorno asociado a la fase lútea o previa a la menstruación, e incluye síntomas como ansiedad, tristeza, dificultad para concentrarse, cambios de apetito, insomnio, irritabilidad, entre otros. Este lugar del saber, desde la medicina y la psiquiatría atraviesa el cuerpo de las mujeres desde un lugar específico: el útero y las hormonas involucrados en el periodo menstrual. El DSM se convierte en un dispositivo o incluso otra de las tecnologías que ejerce poder sobre la corporalidad femenina situando así una normalidad en lo que se ha entendido como *estabilidad emocional*, y una anormalidad anunciada desde el *trastorno*; para tal caso, la enfermedad mental expresada en una disforia (emoción desagradable-contraria a la euforia).

Las corporalidades menstruantes se han constituido en una marca, una impresión imborrable como signo de inferioridad e impureza, maldición y estigma milenario hecho función biológica, como lo plantean Teresa Bermúdez y Mônica Heloane (2016) una *Letra Escarlata*,

una M corporal pintada con sangre detestable, pero al tiempo condenada a un olvido consciente y premeditado.

2.3. Publicidad

La publicidad ha tenido un papel central en la movilización de corporalidades, a través de artículos *adecuados* para la limpieza, el aseo personal, la cocina, los vehículos, el estudio, el trabajo, entre otros. Pero la publicidad no sólo vende el producto en sí mismo. Muy de la mano con la reflexión que se hizo sobre las tecnologías en el apartado metodológico, la publicidad moviliza estilos de vida, normas sociales, moralidad, maneras de estar en el mundo, de pensar, de actuar, de comer, de amar.

Transa productos, que en últimas generan ganancias para las empresas ofertoras, pero lo hace a través de una transacción menos evidente, una transacción del *deber ser* en una sociedad, donde por supuesto el cuerpo, como se ha planteado, se atraviesa de múltiples maneras. Lo que se transa no es evidente no porque no esté allí, explícito en el comercial, sino por todo el entramado que acompaña el objeto, que también se oferta y se paga, a modo de hábitos de consumo, la necesidad creada sobre el uso del artefacto, o el deseo sobre el mismo que se normaliza en la vida cotidiana, en los cuerpos y las relaciones. Las mujeres en bikini que aparecen en la publicidad como imagen, desde un labial, un carro, hasta un pañal para bebés, tramitan también los labios coloridos, curvas ideales de un cuerpo mujer-automóvil, una súper mamá que cuida de su hijo mientras ejecuta múltiples labores; todas muestran a través de la imagen y el texto, lo perfecto, lo idealizado, y el deber ser, para el cuerpo, los roles, las tareas, las relaciones, etcétera.

Las revistas cuentan historias sobre esos modos de vida deseados, y en ese sentido también sobre corporalidades idealizadas. Se pueden ubicar como una suerte de enciclopedias informales, como otros anales en los que se encuentran chistes, productos, política, horóscopos, tests, artículos de opinión, noticias. Son documentos que dan cuenta de lo que se permitía circular en determinada temporalidad, pero también dan cuenta de lo prohibido, de lo inmoral, de

lo inadecuado. La publicidad en revistas es una manera en la que circula el saber, y en tanto promueve corporalidades ideales, es también vía para educar y disciplinar.

La publicidad sobre productos para la gestión menstrual se ha presentado como el *documento* del presente análisis, en la medida que es un medio de comunicación que está así mismo atravesado por intereses no sólo económicos, sino políticos, religiosos, culturales, etc. Las ideas de maternidad obligatoria, contrato matrimonial, relaciones heterosexuales como únicas permitidas, se refuerzan por instituciones como la religión, la legislación y los medios de comunicación (Rich, 1986, citada en Ochoa, 2015).

En el siglo XVIII emerge la publicidad de la mano con el nacimiento de la primera economía política o mercantilismo; al respecto

afirma Foucault, fue Richelieu quien inventó las primeras campañas de opinión en Francia, siguiendo al pie de la letra el sabio consejo del canciller Bacon: gobernar es hacer creer (Ibid.: 319). No basta entonces con tener conocimiento de los procesos económicos a partir de una "nueva ciencia" (el cameraüismo) y gobernarlos, sino que también es necesario tener conocimiento de lo que la gente opina y ejercer gobierno sobre esa opinion (Castro, 2010, p.83).

En sociedades modernas los medios de comunicación son entonces cruciales para la producción, reproducción y transformación de ideologías. Lo que allí se produce o se enuncia son precisamente representaciones del mundo social, que se exponen por medio de marcos, imágenes, descripciones o explicaciones (Hall, 2010, p. 300, citada en Ochoa, 2015), como una muestra de lo que es, pero también de lo que debería ser. La moral sobre el cuerpo, sus usos, la manera en que se comporta, se ocupa, se divierte, está implícita en dichas imágenes, marcos y explicaciones.

En Colombia, por ejemplo, en las primeras décadas del siglo XX, según el trabajo realizado por Juana Ochoa (2015), el régimen heterosexual se reprodujo a través de los periódicos *El Tiempo* y *El Espectador*, en artículos de opinión y publicidad. Los procesos educativos que se movilizaron desde allí, engranados en la triada matrimonio, maternidad y familia, y mediados por la vigilancia de la higiene, la medicina, y el uso de productos nuevos que

rompieron con con saberes tradicionales, “remasterizaron el discurso heterosexual haciéndolo compatible y necesario en el proceso de modernización colombiano” (p. 136)

Con respecto a la menstruación, la misma autora señala dentro de lo encontrado en la prensa, una idea reiterada de la menstruación como la *enfermedad de las mujeres*; la menstruación es presentada como el gran sufrimiento, un “desarreglo” que debe medicalizarse, vigilarse y normalizarse, una desdicha con la cual deben lidiar todas las mujeres; se expone, así como factor de debilidad que debe regularse.

Desde los años 20 a los 40, la menstruación se divulgó desde la publicidad a partir de compuestos vitamínicos y tabletas Bayer, sin siquiera ser nombrada como tal, más se hizo referencia a un *martirio mensual*, asociada al dolor, la depresión, y la angustia. Como argumento de venta, se entendió que era natural de las mujeres la irritabilidad, la anemia y la clorosis, la histeria, la debilidad, los nervios. Esta consideración de la mujer como débil naturalmente, se complementa con la circulación de roles tradicionales implícitos en la publicidad, que se reiteraron aún con las nuevas actividades que se abrieron paso para *mujeres modernas*, pues se esperaba de ellas, antes que ser maestras o secretarías, el ser buenas hijas, madres, esposas, y abuelas. Por otro lado, la soltería, la política, o la independencia fueron temas ausentes en relación con esas mujeres modernas que anunciaba al mismo tiempo la prensa y la publicidad y que presentaba la fuerza y el vigor como cualidades masculinas (Rincón, 2016).

En el mismo sentido, según Gómez y Salive (2012), aunque la menstruación se encubrió con toda clase de eufemismos en la publicidad durante los 20, la ciencia prometió, a través de los comerciales, un ideal de vida plena, que dejaba a las mujeres sin excusa alguna para continuar ejerciendo dichos roles tradicionales. Les permitía a las mujeres encajar en un perfecto equilibrio entre belleza y salud, no sólo por la moral religiosa, la cuna o la educación exquisita, sino “gracias a la aleatoria combinación entre un estilo de vida, adornado de ensoñaciones aristocráticas, y las bondades con que la medicina les permitiría controlar, de ahora en adelante, su cuerpo” (Gómez y Salive, 2012, p. 78). De tal manera, el cuerpo moderno se instauró desde la publicidad, a través de una *ética del cuidado*, en la cual la ciencia se propuso combatir los

estragos de la naturaleza, como lo evidencian los numerosos anuncios de suplementos vitamínicos de la época. (Gómez y Salive, 2012)

Karen Houppert (2000) expone las implicaciones en la imagen cultural de la menstruación, a través de la publicidad y el discurso sobre el producto durante los años 30 en Estados Unidos. La menstruación se expone como algo privado y sucio, a través de etiquetas que nunca mencionan nada sobre el periodo menstrual. Los comerciales alientan a las mujeres a usar los tampones con un discurso liberador, sin mencionar su función, como si estuviera sobreexpuesta la información y como un producto que evitaría *vergüenzas* para las mujeres.

María Soledad Pessi (2010) por su parte, muestra en una investigación sobre publicidad gráfica entre los años 30 y 50 en Argentina, cómo los titulares focalizaron la atención en aspectos que están vinculados de manera indirecta con la menstruación, a tal punto que la lectura y observación se debían reconstruir a partir de un camino de pistas indirectas para encontrar un significado, casi que intuyendo el sentido de lo que se publicaba.

Según Eugenia Tarzibachi (2016), en todo el siglo veinte el mercado tuvo un papel central en la producción de sentidos sobre los cuerpos menstruales, en la medida que la industria del *Femcare* o *cuidado femenino*, productora de toallas y los tampones, que surgió a comienzos de siglo XX en Estados Unidos con la creación de las toallas descartables, se apoyó en el saber de la medicina moderna para difundir sus productos a través de una idea también de *mujer moderna*. La mujer fue reparada tecnológicamente por dichos productos, ya que podía abandonar el sufrimiento de ese cuerpo considerado caótico, débil y defectuoso por menstruar, en tanto la norma social corporal estaba enmarcada en un cuerpo *a-menstrual* masculino.

Las toallas y los tampones estandarizaron la gestión de la menstruación con *practicidad*, *disimulo* y *eficacia*, pues permitieron a las mujeres *enmascarar* las evidencias del cuerpo menstrual ante la sociedad y ante sí mismas. Estas tecnologías, a través de la publicidad, generaron entonces una desidentificación con el cuerpo menstrual, debido a la etiqueta social puesta sobre los cuerpos que se veían menstruantes, lo cual fue un elemento clave para comercializar con éxitos estos productos tanto en Estados Unidos, donde iniciaron las marcas más vendidas en el mundo, como en otros países donde se comercializaron. La publicidad fue en

esta medida, “la principal construcción discursiva de alcance masivo sobre la menstruación en el transcurso del siglo XX” (Tarzibachi, 2016, p. 3).

2.4. La publicidad y el contexto bogotano

Ilva Camacho, fue la primera mujer en Colombia reconocida como periodista. De ella se decía que era “una escritora de tipo varonil” según sus contemporáneos, porque hacía parte de las mujeres con ideas feministas del momento. Fue directora de la *Revista Hogar* (1926-1927), primera revista cuyo público objetivo eran mujeres urbanas o “señoritas de sociedad” como las denominaban en ese momento. Asistían a colegios de élite, en donde además de tomar asignaturas para la cultura general, practicaban ejercicios para mantener mente y cuerpo sano, y la formación de su futuro rol de amas de casa. Era la feminidad construida socialmente a partir de valores como la inocencia, la pureza, la virginidad y la sencillez.

Estos contenidos de escuela fueron reforzados en los contenidos de la revista, que aparecían en secciones como *La mujer y la casa* y *La educación de los hijos*. Sin embargo, aparece también un espacio de opinión y debate en temas de mujeres que las acercaba a un plano de participación pública, porque evidenciaba la incomodidad en la voz de las mujeres y la carencia de derechos, autonomía y libertad. El espacio no fue bien recibido por los hombres, quienes lo tomaron como transgresión e incluso en algunas oportunidades contestaban en la misma sección “La moda, mucho peor que la peste bubónica, invadió a mi pobre compañera” (Archivo Bogotá, 2018) entendiendo que la moda no era solo lo que se escribía y vendía allí, sino que era la exposición pública de temas privados, como lo era la propia mujer.

Eran épocas en que ellas sólo salían de su casa acompañadas de un hombre; los espacios públicos eran territorios que legitimaban la autoridad masculina, de alguna manera, la llamada moda, brindaba exposición ante los demás porque allí circulaba el estilo y la clase social en objetos como los vestidos, el maquillaje, los accesorios exhibidos y las ideas expuestas en la publicación, sobre el encierro. Era la mujer urbana de clase privilegiada, que marca la diferencia

de los demás grupos sociales. Para las demás, la alfabetización era poca¹⁰ porque se presumía que no era importante, dado que no lo necesitaban para ejercer los roles establecidos.

Todos estos aspectos toman importancia porque a partir de allí, es que la Revista *Cromos* tematiza las secciones para mujeres en sus publicaciones, al inicio con nombres como “Arte y decoración” o “casa moderna”, cuyos contenidos eran extensión de lo aprendido en las escuelas para mujeres. Posteriormente anexan moda, deportes, poemas y novelas. En los 60 y 70 se llamaron *Temas femeninos*, *Cromoellas*, *Correo de 7 días*, *Gloria opina* [Gloria Valencia de Castaño] que tenía consejos de moda, etiqueta, salud, cocina, test e invitaba a eventos o reflexiones sobre la cultura y el análisis social; básicamente es estas secciones se ubican las publicidades de toallas higiénicas, tampones, jabones, medicamentos y productos estéticos para hombres y mujeres.

Para el caso de las revistas *Ilusión*, *Buenhogar* y *Laura* el tratamiento es similar, pero profundiza en artículos de psicología femenina y familiar, medicina femenina, es decir ginecología, dermatología entre otros, la mayoría escritos en países como Francia, España y Estados Unidos. Se insistía en el *buen comportamiento*, con los artículos de etiqueta y glamour, reflejándose en las imágenes que se presentaban a lo largo de las revistas, creando así una performatividad ideal del género.

Este ejercicio semántico es el correlato del cuerpo moderno de la mujer en Colombia, en publicaciones distribuidas en Bogotá para las principales capitales como Cali, Medellín, Barranquilla y Cartagena, fijando la extensión de ideales de mujer citadina y moderna, proveniente a su vez de ideas de Europa y Estados Unidos.

2.5. Publicidad, menstruación y consumo

¹⁰ Las mujeres que podían acceder a la escuela si no pertenecía a la élite, llegaban hasta la primaria para poder desenvolverse con cuestiones necesarias del hogar, como la lista para el mercado, escribir una carta. Escribir era un acto de rebeldía. En la Revista *Hogar* apareció la carta de una lectora que decía: “Alguien le dijo a una amiga que yo estaba escribiendo una carta para la revista y ya me dicen bachillera”, término despectivo que los hombres utilizaban para burlarse de la capacidad intelectual de las mujeres. (Archivo: <http://archivobogota.secretariageneral.gov.co/node/1569>) recuperado el día 2 de septiembre de 2018.

Cuando se busca la palabra menstruar, aparece en libros y diccionarios sinónimos como menstruado, mes, ciclo, período, regla. El compás del tiempo marca seguridad, sin embargo, *menstruar* es para la época estar diferente y enferma; en el tiempo, el ritmo de vida que el sistema exige a las mujeres es interrumpido al menstruar. La mujer hace colapsar el plano temporal. Y que decir cuando una mujer tiene sangrado entre los 28 y 30 días, pasa a ser una mujer enferma, hay que seguir *la regla* de *la regla*. No fue un muro lo que encerró el cuerpo femenino sino el tiempo.

Las corporalidades femeninas encerradas en la ética capitalista del tiempo, que anunció Benjamín Franklin, sienten su opresor peso ante la popular frase: “el tiempo es oro”. En este mismo sentido, se encuentra el tiempo como componente biopolítico de *seguridad* y *confianza* en la gestión menstrual, y su influencia en la corporalidad femenina, que, a través de sutiles series de técnicas, ha generado procesos de normalización con la cual se ejerce el biopoder.

Paula Sibilia (2010) muestra al respecto, cómo el reloj ha sido la máquina más emblemática del capitalismo industrial, que se ha mezclado en la cotidianidad hasta convertirse en un sutil accesorio de disciplina y control: “Este aparato sencillo y preciso, cuya única función consiste en marcar mecánicamente el paso del tiempo, simboliza como ningún otro las transformaciones ocurridas en la sociedad occidental en su ardua transición hacia el industrialismo y su lógica disciplinaria.”. Es por que “de las verdades consideradas eternas y universales, o de aquellas otras verdades efímeras constantemente exhaladas por los medios de comunicación, conviene desconfiar: hacer como si nada fuese evidente y ensayar nuevas refutaciones o provocaciones.” (2010. p. 10-18). Los anuncios aseguraron que miles de mujeres son esto o aquello (limpias, frescas, confiadas, seguras, lindas, sensuales, etc), en consonancia con el modelo económico o la noción de desarrollo puesta en el mercado.

Con el crecimiento de las industrias, existían labores en donde las mujeres eran necesarias. Por ello fue necesario vincular su mano de obra y en el formato industrial de horarios fijos y jornadas laborales, se hizo necesario el agenciamiento de tecnologías al servicio de la menstruación, para no parar la producción y no generar actos vergonzantes por las manchas que pudieran suceder. Las mujeres no podían seguir en sus casas con el miedo a manchar sus ropas, a

sentirse *inseguras* de estar en lugares públicos como las fábricas o lugares de trabajo y era necesario movilizar la idea de confianza para liberarse de cargas y entrar en la liberación femenina.

A propósito, Marx¹¹ analiza el trabajo como actividad constitutiva del mundo, siendo una praxis que va más allá de la actividad económica determinada. De acuerdo con la investigadora Mónica Zuleta (et al., 2007), en el mundo pensado como producción, como exteriorización del sujeto en el objeto, “como transformación y dominación de la naturaleza y del todo por la objetivación de las relaciones subjetivas”, la gestión menstrual es una inversión a largo plazo que puede medirse en términos de inversión en capital humano: los cuerpos *a-menstruales* o los cuerpos menstruantes pero regulados (o solucionados con apósitos). Es decir que la industria cristalizó el capital humano para entrar a la sociedad productiva. Carmen Millán de Benavides (2004), lo resume bien: el ser humano ha sido reducido a lo corporal y lo corporal a la transacción económica. Es la cultura, la política, la economía estableciendo lo social como homogeneidad y no estar allí es una suerte de desviación. Consumir ha sido el juego de acciones para sujetar al sujeto hacia las relaciones de dominación.

Gilles Lipovetsky (2007) ha distinguido distintos momentos en la era del consumo; comienza alrededor de 1880 y termina con la Segunda Guerra Mundial. Su potencia estuvo en el fordismo que destaca la regularidad, el volumen y la velocidad de las fábricas y las ciudades. Así, países como Estados Unidos estuvieron saturados por ciertos artículos que fueron fabricados en grandes series estandarizadas, envasados en pequeñas cantidades, con nombre de marca y a precios unitarios. A la par se educaba a los consumidores con la presencia constante de marca, por ejemplo, hacían presencia en colegios y escuelas llevando productos de higiene diaria. Esta mercadotecnia fue decisiva para poner los artículos duraderos y no duraderos al alcance de las masas; era un proyecto de democratización del acceso a los bienes comerciales. Fue una etapa de consumo inacabado dominado por la burguesía.

¹¹ A propósito, Marx analiza el trabajo como actividad constitutiva del mundo, siendo una praxis que va más allá de la actividad económica determinada. De acuerdo a Mauricio Lazzarato, es el mundo pensado como producción como exteriorización del sujeto de las relaciones subjetivas” (Zuleta, M. et al., 2007).

Hacia 1950-1960 en Estados Unidos se exaltan los ideales de felicidad, en los que el modo de vida fácil y cómoda era una motivación importante entre los consumidores, siendo la publicidad y los medios los que potenciaron conductas menos sometidas a la autoridad del juicio del otro. De los envasados, las marcas y la publicidad, surge el consumidor de los tiempos modernos, proceso que es acompañado de los grandes almacenes. El consumo a juicio de Lipovetsky, es interpretado como una lógica de diferenciación social: “No hay objetos deseables por sí mismos ni atracción por las cosas en sí mismas, sino por todas partes apremios del prestigio y el reconocimiento, la posición y la integración social” (pp. 33-49). Por supuesto, en Colombia las condiciones de tiempo fueron más lentas pero el proceso fue el mismo.

El fenómeno del consumo es resultado de capitalismo desregularizado que crea necesidades individualizadas perfilan un nuevo consumidor fragmentado a partir de un cuerpo para la cultura de masas; para esto se ha educado a las consumidoras, por eso la potencia de la publicidad como práctica discursiva para poner los productos al alcance de todas las mujeres. La publicidad y los artículos que relacionan el tema de la menstruación denotan un solo *tipo* de mujer, se tenía un nicho de mercado interesante y lo mejor, permanente, porque la sociedad no deja de menstruar y es necesario ver la modernidad en el cuerpo que sangra verbalizado en comprar, tirar, desechar todos los objetos posibles, de acuerdo a las necesidades del mercado expresado en marca, lujo, calidad con aquellas mujeres jóvenes, frescas, felices, versátiles, seguras; la modernidad vendida en protección femenina.

Capítulo III Enunciados

3.1. Frescas: Higienización de los Cuerpos.

3.1.1. Higiene: Moderno concepto del servicio social

Entrado el siglo XX en Colombia, el aseo y la limpieza de las mujeres se vendrían a entender cómo *higiene y salud*, enmarcados en discursos biopolíticos relacionados con la regeneración de la raza, en respuesta a una supuesta degeneración social, que ponía en atraso al país, los cuales promovían unas lógicas de *medicalización y vigorización*, a partir de saberes modernos sobre el movimiento y la salud (Herrera, 2011, citado en Herrera y Ojeda, 2016). La mujer debía estar sana para cumplir con su rol como madre; una corporalidad controlada por la higiene no sólo del cuerpo, sino de la misma sociedad. Esa misión maternal de la mujer hizo énfasis en ella misma, como parte de una familia y hacia la sociedad como ideal. Junto con una emotividad desbordada, todo ello se movilizaba por medio de prácticas de disciplinamiento que se sostenían en saberes como la educación física, la economía doméstica y más tarde la medicina o la psicología. (Herrera y Ojeda, 2016)

Frescas, no sólo fue una palabra incipiente y repetitiva en los *enunciados* de productos para la gestión menstrual en los años 60 y 70, sino que está presente en casi todos los productos de aseo para mujeres y algunos para hombres, como desodorantes, cremas, jabones, talcos, etc. Este primer enunciado se ubica justo desde esa paranoia social, promovida por las prácticas higienistas de comienzos del siglo, que exigieron de la mujer especial precaución con su aseo personal y con las cuestiones de etiqueta. La búsqueda de los enunciados remitió, a partir de las discusiones anteriores, a un interés por la publicidad en los años 30 y 40, al empezar a encontrar la *higiene* como categoría importante. De esos dos años se revisaron las revistas *Cromos* y la *Revista de la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional de Colombia*.

Lo que se encuentra en estas publicaciones es la manifestación del silencio sobre productos para la gestión menstrual, como se reflexiona desde el apartado sobre publicidad, pero se exhorta desde la higiene y el cuidado, no sólo desde los *multivitamínicos o suplementos nutricionales*, sino también en productos para gestionar el aseo genital de las mujeres. La paranoia advertida toma lugar en la corporalidad a través de *germicidas o antisépticos vaginales*, encontrados como liberadores y protectores, garantes de la seguridad en los 60s, y como indispensables para la salud de las mujeres en la primera mitad del siglo XX: “Para los Cuidados íntimos de la Mujer: Gyraldose. Producto excelente que descongestiona, rejuvenece y fortifica los órganos, que mata a los gérmenes microbianos. Una mujer Gyraldose es una mujer realmente sana.” (Cromos, 1936).

En una de las publicaciones de la *Revista de la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional de Colombia*, un Boletín Bibliográfico de 1933, encuadran temáticamente los textos de la biblioteca y se hace en algunos casos, un resumen corto sobre su contenido. Llama la atención la simultaneidad de dos conceptos, que, organizados alfabéticamente, se ubican uno detrás del otro: *Ginecología*, que atañe exclusivamente a una definición de la menstruación, seguido de la *Higiene*, relacionada con el servicio social y la rehabilitación de la sociedad. Sobre la menstruación se destaca:

“En la actualidad podemos tener como hechos ciertos lo siguiente: Aunque la menstruación y la ovulación no sean simultáneas, entre las dos existe íntima relación. La postura ovular en la mujer es el equivalente del celo en las demás especies. La menstruación es el aborto de un óvulo no fecundado. Sin ovulación no hay verdadera menstruación. La postura ovular tiene lugar entre los 14 y 18 días, después del comienzo de la última regla.” (p.279).

Hay en este enunciado una idea moderna de la menstruación, que se recoge en aquel entonces, en la recientemente fundada Revista de la Facultad de Medicina, desde la cual se fortalece la consolidación de la especialidad de Obstetricia y Ginecología, la cual viene a situarse como saber privilegiado sobre la corporalidad de las mujeres, específicamente sobre la menstruación. Ya no es sinónimo de ovulación, como se pensaba desde el siglo XIX en Europa occidental,

sobre lo cual se había cimentado el descanso obligatorio en los días de sangrado para las adolescentes, sacándolas incluso de la escuela o separándolas de salón con los varones, para evitar cualquier alteración que pudiera poner en riesgo su desarrollo reproductivo; pensar o estudiar no fueron compatibles, en un contexto en el que se limitó el gasto de energía a un solo *proceso biológico* (Vostral, 2008).

Ni la sangre sobrante del siglo XVIII, ni la sangre sinónimo de ovulación del siglo XIX; el saber especializado en Colombia plantaba las claridades basadas en evidencia científica, que incluso permitía legitimarse, comparando la ovulación con el *periodo de celo de otras especies* animales. La menstruación como ciclo implicaba entonces dos fases (folicular y luteíca), en cuyos encuentros se producía el sangrado o la ovulación, pero además una faz de esterilidad, de aproximadamente 12 días previos al sangrado, donde el *coito* no produciría ningún embarazo. Sin embargo, de tales ideas sobre la sangre menstrual como residuo o como sinónimo de ovulación, aparentemente *superadas*, se retoma la *debilidad* como característica, que dichos discursos promovieron desde sus prácticas sobre las corporalidades menstruantes: sangre sucia, débil e inútil. Luego se ubica la *Higiene* como:

Moderno concepto del servicio social (Editorial). Desde 1928 en que Joannon en la primera conferencia internacional de servicio social reunida en París pidió una definición de la frase Servicio Social, muchas interpretaciones y modificaciones se han venido haciendo. Uno de los puntos más interesantes está sin duda en la diferencia que debe separar el servicio social de la caridad; y Aráoz Alfaro lo hace en estos términos: Más que la acción curativa momentánea, es la acción preventiva. La rehabilitación, la consolidación de la familia, lo que hay que procurar siempre que se pueda, tanto en el caso del niño enfermo, como en el del niño anormal, como en el del niño que ha delinquido. Y todo eso no como un favor, no como una limosna, o como una gracia, sino como un acto de solidaridad, de justicia social, de amor humano a que tienen derecho todos los que sufren necesidad, enfermedad, dolor. (Boletín Bibliográfico, 1933, p.281).

La *Higiene* no proclamó únicamente la limpieza del cuerpo en el sentido del baño, o la exhaustividad en el lavado de cada superficie corporal. Junto con ello designó la limpieza misma

de la sociedad. La reivindicación de una pulcritud moral fue su objeto, a través de un servicio social que permitiera la prevención de la enfermedad, la rehabilitación y la *consolidación de la familia*; un sacrificio exaltadísimo pero necesario para acabar con los vicios morales. La bata blanca del saber médico no sólo curaba y prevenía enfermedades, sino que apelaba a la figura familiar como base estructurante de la sociedad moderna; símbolo de perfección, ejemplo y buenas costumbres, pureza obsesiva de la raza. Desde esta perspectiva se crea una Escuela Superior de Higiene en Bogotá, destinada a la formación de médicos especializados en higiene en todo el país:

No hay quizás dentro de las ramas de la medicina otra alguna que exija hoy una mayor especialización al médico, que la higiene (...) la higiene requiere ante todo en quienes están encargados de ella, una vocación distinta de la medicina: un espíritu público a toda prueba y de todo instante. A ese individuo deben interesarle, preocuparle más que a ningún otro profesional, los problemas sociales en su relación con las enfermedades, con la lucha contra los vicios, en una palabra, todo lo que se traduzca en bienestar del pueblo y en vigor para la raza. (Bejarano, 1932, p. 1).

3.1.2. Los malestares propios de su sexo

Los productos para la gestión de la higiene genital y los suplementos vitamínicos, a través de la publicidad posibilitaron esa díada salud-limpieza social, que la medicina emprendía desde el discurso higienizante. La publicidad movilizó entonces, desde el saber médico, la necesidad de la limpieza como factor salud, pero también la salud misma en relación con prácticas corporales *idóneas*, para lograr el cumplimiento de los roles que la sociedad moderna les exigía a las mujeres, sin perder los relacionados específicamente “con su sexo”:

La salud de la mujer conservada por las píldoras tocológicas del Dr. N. Bolet. Para que la mujer pueda cumplir correctamente con todas las actividades propias de su sexo, necesita mantenerse en un estado perfecto de salud. Los desarreglos y desvíos del periodo, clorosis, esterilidad, cólicos uterinos, anemia, leucorrea o flores blancas, infarto de los ovarios, edad crítica, muchas otras novedades peculiares de la mujer, entorpecen su

perfecto desarrollo físico y la hacen infeliz. Las píldoras tocológicas del Dr. N. Bolet usadas con éxito por más de medio siglo en el mundo entero y recomendadas por eminentes facultativos, son un elemento muy valioso para conservar la salud de la mujer, de venta en todas las buenas boticas. Pida hoy mismo el folleto gratuito titulado 'la salud de la mujer'. (*Cromos*, 1940).

La voz que legitima la venta del producto es la de un doctor. Se parte de entender la corporalidad de las mujeres desde la debilidad y la proclividad a la enfermedad en varios sentidos: los desvíos de la menstruación, *cólicos*, la *esterilidad*, *clorosis*, *anemia*, *secreciones*, infecciones vaginales y la *edad crítica*, o lo que se podría entender como la *menopausia*.

Estas afectaciones corporales no solo implicaron un control sobre lo que debe o no secretar la vagina, sino que relacionaron la sangre menstrual con la sangre del cuerpo en general, como si la menstruación entrañara debilidad en la sangre. El producto ofreció una reparación científica para esa sangre defectuosa y débil, con el propósito de permitir que las mujeres pudieran continuar con aquellas labores *propias de su sexo*; desde donde se puede inferir: si la esterilidad y la menopausia son un problema, la solución es el permitir de nuevo la maternidad - labor propia de su sexo- mediante el fortalecimiento de la sangre. Desde la *clorosis*¹², el rojo sangre fue a las mujeres, como el verde a las plantas: sin aquella sangre fortalecida, habría una condena a la enfermedad, y con ello a la disfuncionalidad de los cuerpos, una falta a la higiene en una sociedad que se estructuraba desde la idealización de la familia y la maternidad.

Otro anuncio sobre suplementos hace énfasis en la menopausia como otra afectación, ahora por ausencia de la sangre menstrual, sin nombrarla como tal:

Mujeres de Cuarenta Años. No han menester de tener ningún miedo. El cambio de vida viene hacia esta edad y del cual se oye hablar tanto, no es tan peligroso como lo pintan. Es cierto que durante algún tiempo se experimentan algunos accesos de nervios, irritabilidad y malhumoramiento. En esa época deben evitarse los excesos y las excitaciones innecesarias, así como el exceso de fatiga. Es de suma importancia el que se mantenga la sangre en su riqueza y que se proporcione cierto alimento reparador al

¹² Es una enfermedad que se caracterizaba por una disminución del hierro que contienen los glóbulos rojos de la sangre, aparecía casi exclusivamente entre las mujeres durante la pubertad o la adolescencia.

sistema nervioso. Por esta razón, el Nutritivo del Dr. Chase es de valor incalculable en esta época. No hay necesidad de que usted tema nada, pues, para la gran mayoría de las mujeres, en la edad avanzada es cuando pasan los años más felices. Es sorprendente el número de mujeres que atribuyen a este nutritivo maravilloso de los nervios, la facilidad con que pasaron el cambio de vida, y la fortaleza de salud de que disfrutaban en los años sucesivos. El Nutritivo del Dr. Chase para la sangre y los nervios se vende en todas las farmacias. (*Cromos*, 1940).

La presencia o ausencia de sangre menstrual formuló corporalidades débiles, pero la ausencia de sangre remitió a mujeres con miedo, irritables y vulnerables. No menstruar conllevó entonces a una crisis tan aguda, que el compuesto nutritivo, de nuevo a través de la legitimidad médica, salvó a la mujer de la desdicha y la infelicidad. Tomar suplementos vitamínicos se volvió exigencia para las mujeres que menstruaban y las que no: Estas prácticas saludables a las que alude el enunciado, disciplinaron un cuerpo defectuoso, lo corrigieron y ordenaron en una suerte de *normalidad emocional* en donde sólo fue válida la felicidad.

Los compuestos fueron salvadores también porque liberaron a las mujeres de su vulnerabilidad, del miedo, de la enfermedad, y de la suciedad: “Contra las Enfermedades de la Mujer. 80% de las Mujeres no están satisfechas de su salud. Metritis, Hemorragias, Fogajes, Edad Crítica. La Fandorine preserva a la mujer de los malestares propios de su sexo.” (*Cromos*, 1936). La imagen que acompaña este texto es un dibujo de una mujer sobre un diván, con rostro de preocupación. Sobre su cintura y sus pies, se enredan unas cadenas, el tarro del medicamento Fandorine, con forma de ser humano, corta las cadenas a manera de *liberación* de esa mujer angustiada. Las cadenas cargan un grillete que dice: “maladies de la femme”- enfermedades la mujer en francés¹³ (Ver figura 3).

La idea de liberación, implícita en la imagen, coincide con escenarios de movilización de mujeres que reclamaron capitulaciones matrimoniales, el ingreso a la universidad, y el poder ocupar cargos públicos que implicaran jurisdicción y autoridad, reflejados en el Régimen de Capitulaciones o Ley 28 de 1932, el decreto No.1972 de 1933, que permitió el ingreso de las

¹³ Los productos Gyraldose y Fandorine según los anuncios, fueron importados desde París: Chatelain, proveedores de los Hospitales de París. 2° Rue de Veneciennes, Paris.

mujeres a la secundaria y la Universidad, y el Acto Legislativo No.1 de 1936, mediante el cual las mujeres podrían ocupar dichos cargos públicos (Peláez, s.f.) Si bien el discurso de liberación no fue la centralidad en estos acontecimientos, sí jugaría un papel importante en la década de los 60, en coincidencia con los anuncios de tecnologías para la gestión menstrual y antisépticos vaginales, como se verá mas adelante. Desde allí, es importante destacar la relación de *libertad* con el ideal de mujer moderna.

Por otro lado, la imagen de la mujer en el diván comprometió la corporalidad como paciente. El psicoanalista en este caso, representado por el suplemento que enuncia el saber médico, fue quien liberó, quien sanó. La idea de la histeria coexistió en el campo publicitario con la medicina y ante el conjunto de expresiones que relacionaron las afectaciones de las mujeres como *Metritis, Hemorragias, Fogajes, Edad Crítica*, la menstruación no se nombró, pero está implícita, cual lapsus innombrable, mecanismo de defensa para una sociedad que encontró la corporalidad de las mujeres sucia e insana y se obsesionó con su limpieza.

La higiene implicó también control sobre la expresión misma de la corporalidad, como se mencionó, desde la felicidad, pero también desde la triada salud-belleza-bienestar:

Esta Joya vale menos que su salud! Por eso, en su cofre de mujer, debe usted; ante todo, aspirar a que se guarde la alhaja de su bienestar. Y bienestar permanente no lo consigue sin salud, y salud y hermosura no las adquiere si no usa en su higiene íntima el antiséptico que le indican todos los médicos de la nación, por su valor desodorizante, por la facilidad de preparar las duchas, por la desinfección completa que efectúan en sus delicados órganos, porque la libertan de flujos, porque combaten todos sus achaques femeninos. (Los Polvos Venus, *Cromos*, 1940).

La salud desde aquí se convirtió en tesoro a conservar por las mujeres en su propio cofre. Apeló a su responsabilidad en la desinfección de *su sexo* y de nuevo a la *libertad* de no tener fluidos ni olores; Se trataba de la gestión de la salud y la higiene, el aparente control sobre el propio cuerpo. Se introdujo otro elemento importante: la *delicadeza de los órganos* y el silencio sobre las *vaginas*, receptoras de este conjunto de sustancias y prácticas. Desde esta delicadeza de los *órganos*, se puso en tensión la promesa de Salud que los productos antisépticos anunciaron, por

químicos o compuestos peligrosos encontrados en los mismos. En 1940 se leen los siguientes anuncios en *Cromos*:

No sufra en silencio. Las infecciones íntimas, como vaginitis, leucorrea (flores blancas), flujos, etcétera, pueden tratarse, eficazmente con óvulos Padco al oxicianuro. Tres tamaños para señoras, señoritas y niñas. Inofensivos, indoloros, no manchan, no huelen.

“Protéjase! Tratamiento cómodo, eficaz, inofensivo, de vaginitis, flores blancas, flujos, etc. Con los óvulos Padco al oxicianuro. Tres tamaños para señoras, señoritas y niñas. No manchan.

La tensión recae sobre la protección que ofrecieron los productos para la higiene genital, usando incluso cianuro (Ver figura 5). La vagina se movilizó, sin ser nombrada, como superficie de inscripción de la higiene, a toda costa; por su imagen de suciedad, por secretar fluidos-no solo la sangre menstrual-, pero además porque representó el pecado de la sexualidad de las mujeres, misterio y prohibición siquiera para nombrarse. Los anuncios debieron recurrir a la *seguridad* del producto sobre el *órgano* y su exaltación como delicado, para resguardar su compromiso con la salud y la limpieza. Las pocas imágenes sobre estos anuncios, mostraron dibujos de mujeres tristes, angustiadas, *ansiosas* (Ver figura 4 y 5):

Las Mujeres no necesitan angustiarse o preocuparse más. Esa ansiedad por tantos años ha intranquilizado a las mujeres en lo que respecta a su higiene íntima, no debe existir más. Hoy días mujeres exigentes emplean Zonite en su aseo personal. Su penetrante acción antiséptica, segura y eficiente les da una inapreciable seguridad. Ni tan solo se les ocurre volver a usar compuestos anticuados y peligrosos tales como Ácido carbólico, bicloruro de mercurio, etc. Que frecuentemente lesionan las membranas, lastiman los tejidos e interrumpen las funciones normales. Emplean sólo Zonite, potente, seguro y eficiente, pero inofensivo. De venta en todas las farmacias. Este cierta, esté segura, Use Zonite. (*Cromos*, 1940)

Una ruptura entre salud-higiene, pero además una ruptura entre aquello innombrable y delicado, y al tiempo necesitado de cuidado e intervención; lo impenetrable-invadido.

Otra publicación de la *Revista de la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional*, como *Nota Clínica*, anuncia en 1936: “Un caso curioso de Menstruación por el Ombligo”. La historia clínica fue entregada a la publicidad, “por considerar el caso de una extrema rareza, ya que no hemos encontrado en la literatura médica ningún dato sobre el particular” (p.740). Lo curioso del caso, más allá de la *rareza y la anormalidad* corporal, que de por sí demarca una extremísima ruptura con la milimétrica de los respectivos *órganos* del ciclo menstrual, que proclamaron los médicos como *hechos ciertos*, es que, por un lado eso tan *íntimo* enunciado en cada publicidad de productos para la higiene y la gestión menstrual, resultó publicándose detalladamente desde el discurso académico también, en aras de su conocimiento como antecedente médico y exaltando el éxito de la intervención quirúrgica realizada:

La enferma se levantó el undécimo día de operada y quedamos a la expectativa de la menstruación, que tuvo lugar diez días después de levantada; dicha menstruación se verificó en condiciones absolutamente normales y sin ningún fenómeno doloroso. La enferma dejó el hospital en condiciones completamente satisfactorias el 19 de mayo. (p. 739).

Como en la pintura de Pierre André Brouille de 1887 (Ver Figura 6), "*Une leçon clinique à la Salpêtrière*"¹⁴, la corporalidad de las mujeres se expuso desde la centralidad hacia el público y como objeto vigilado por el saber médico. Se publicó este *curioso caso*, valiéndose de la necesidad de socializar el saber médico con fines educativos, como en las clases de Neurosis e Histeria del profesor Charcot.

Por otro lado, pese a que se realizó una “incisión infraumbilical”, se introdujo una “sonda acanalada” por el cordón y se rompieron las “las adherencias del Douglas hasta dejarlo libre, y por último puncionamos los pequeños quistes ováricos. Cierre de la pared en tres planos. Suprimimos el ombligo por estar muy infectado el orificio cutáneo que presentaba” (p. 739). Pese a toda esta práctica médica sobre el cuerpo, previo a la intervención quirúrgica, “No fue posible practicar el tacto vaginal a causa de la perfecta integridad del himen” (p.738).

¹⁴ Ilustración sobre el profesor y médico Jean Martín Charcot, en una de sus lecciones sobre neurosis e histeria en la clínica de la Salpêtrière en París.

Allí está la ruptura mencionada sobre aquello impenetrable, íntimo, al tiempo invadido y modificado con fines de restaurar la normalidad. Lo íntimo fue íntimo en relación con la virginidad y la sexualidad; el resto de los órganos se alteraron para poner todo en su orden, desde la práctica médica directamente, justo desde el himen para adentro y en la aparente conexión del útero con el ombligo. A través de la publicidad y los productos de higiene se ponen en orden las membranas delicadas y sucias, desde el himen hacia afuera, a través de la limpieza.

El cuidado sobre el himen no se relacionó solamente con la idea de delicadeza que, enunció sobre el cuerpo la moral cristiana sobre la virginidad, siendo intervenido superficialmente, por los lados. Los silencios sobre la menstruación y la sexualidad de las mujeres ponen en evidencia prácticas discursivas que los suprimieron, los ocultaron, y los avergonzaron.

3.1.3. El secreto íntimo de la casada feliz

Desde la publicidad de los años 60 y 70, dichos silencios toman también lugar. Sin embargo, se resaltan tres elementos de manera más insistente: a) la *frescura*, asociada a la *seguridad, la gestión y confianza en sí mismas*, b) la felicidad como *normalidad emocional*, y c) el *rol de esposa* asignado socialmente como curso de vida indispensable para las mujeres, en el marco incluso de esa mujer moderna anunciada desde principios del siglo XX:

El secreto íntimo de la casada feliz... muchas mujeres casadas son muy cuidadosas y exigentes en muchos aspectos, pero descuidan algo más importante... su higiene íntima, exponiendo su felicidad a causa del más molesto y persistente de sus olores. El baño o una ducha corriente no bastan porque no llegan a la fuente misma de estos olores. Ahora, usted no tiene disculpas para arriesgar su felicidad. Trichotine es el antiséptico vaginal que limpia y libera de la causa de malos olores, como ningún otro producto o preparación casera. (Trichotine, *Cromos*, 1966).

Y otro:

Noticia Importante para las Mujeres casadas. Millones de mujeres han encontrado en Norforms esa tranquilidad que sólo es posible obtener al saberse seguras y protegidas. Norforms se disuelve a la temperatura del cuerpo y forma una resistente película germicida que también ofrece protección a los más delicados tejidos. Además, Norforms es el desodorante por excelencia, ya que no encubre, sino que elimina los olores desagradables. Norforms es facilísimo de aplicar, pues basta instalarlo, sin necesidad de plicador... sin tener que mezclar ni medir nada. Como no contiene grasa y está envuelto herméticamente, Norforms se conserva en buen estado en cualquier clima. Recuerde que usted se sentirá tranquila y protegida con Norforms por su cualidad germicida... por su acción protectora... millones de mujeres en todo el mundo confían en Norforms. Pídala en su farmacia, en cajas de 6, 12 y 24. (Norforms, *Cromos*, 1964).

Este último anuncio está acompañado en la parte inferior, de otra publicidad sobre un jarabe para niños que se titula: “Niño Saludable: ¡Madre Feliz!”. Sobre la publicidad de los antisépticos no es común encontrar imágenes durante las décadas 60 y 70. El producto sin embargo ofrecía una muestra gratis e información sobre el mismo, para enviarse a la casa de las posibles compradoras. La gestión de la higiene fue importante no sólo por la limpieza, que impulsó la medicina desde la especialidad higienista en la primera mitad del siglo; implicó una limpieza sobre la moral, que se ejercía hacia las mujeres y desde ellas, como esposas y madres, de la mano se llevaba hasta la fuerte estructura familiar.

En los años 60 y 70 circularon unos diccionarios y Enciclopedias para las Mujeres, promocionados en algunas de las revistas revisadas. En el apartado sobre salud, del año 1975, se lee en un documento:

Los medios de que se vale la Eugenesia positiva conocida comúnmente con el nombre de higiene de la raza, para conseguir la conservación y el mejoramiento de la especie humana, corresponde exactamente a la aplicación práctica de las seis conclusiones sentadas al final de las nociones sobre herencia: 1. La educación religiosa, moral, sexual, e higiénica de la juventud, pues ya es sabido que la observancia estricta las virtudes de la religión católica y de las normas de la moral cristiana constituyen los más firmes sillares

en que asienta el edificio de la verdadera Eugenesia: castidad prematrimonial; monogamia; condena de las prácticas anticoncepcionales; del adulterio; del divorcio y del matrimonio de prueba; oposición a los matrimonios entre consanguíneos y tarados, etcétera. 2. La propaganda en favor de la medicina preventiva: exámenes médicos periódicos, vacunaciones, etcétera. 3. La conveniencia del examen médico prematrimonial con entrega del correspondiente certificado individual y libre. 4. La instrucción de la juventud casadera acerca de los peligros de una herencia patológica. 5. El establecimiento de préstamos nupciales y de premios a las familias numerosas necesitadas; el estímulo de la nupcialidad juvenil; la fundación de instituciones para la profilaxia de toda clase de enfermedades infecciosas y para la asistencia Perfecta de la maternidad y de la infancia. Y 6. La lucha contra la desnatalidad y contra los métodos malthusianos; contra el urbanismo contra el feminismo mal entendido; contra la emigración; contra la guerra, etcétera. (Wess y Francisco, 1975).

La relación de la Higiene con la moral tomó tal fuerza, que incluso se legitimó la Eugenesia. Su positividad hizo referencia precisamente a la posibilidad de poner sobre la salud y la corporalidad, las leyes de la religión, la tradición judeocristiana y desde allí, a la figura inamovible de la familia en relación con las prácticas de higiene, desde la profilaxia de enfermedades infecciosas, hasta la promoción del matrimonio para la juventud, la maternidad y la *desnatalidad*. La prohibición de los *métodos malthusianos*, o lo relacionado con la reducción de la natalidad, emergió en el encuentro entre dos situaciones simultáneas y discontinuas: a) ese ideal de higiene moral de la familia, con b) la posibilidad para las mujeres de usar anticonceptivos. Si la perfección de la raza estaba atravesada por los valores socializados desde la religión Católica, el uso de anticonceptivos no sólo pondría en cuestión la prioridad nupcial y de la maternidad, sino que además limitaría la réplica generacional de los valores, que desde la familia se socializaban, al interrumpir la reproducción humana en manos de ese *feminismo mal entendido*.

La higiene además prohibió el matrimonio entre parientes y con *tarados*, también la migración y la guerra; ruptura enunciativa en un contexto de posguerra mundial, que se

configuraba desde la crítica a los estragos morales situados desde la Segunda Guerra, por la búsqueda de la *pureza de la raza*. La lucha contra la guerra y la migración pareciera entonces contradictoria, pero desde la Higiene social se permitió su simultaneidad como resguardo moral en defensa de la vida y la familia.

La felicidad y tranquilidad por otro lado, implicaría entonces asumir los roles mencionados en los anuncios, sin las *incomodidades* presentadas por los fluidos *íntimos*:

¡Señora, su felicidad puede estar en peligro! Si usted dedica varias horas en su cuidado y arreglo personal, pero descuida su higiene íntima puede estar arriesgando su felicidad a causa del más molesto y persistente de sus olores. El baño o una ducha corriente no son suficientes para garantizar su limpieza absoluta, porque no llegan a la fuente misma de estos olores. Ahora, usted no tiene disculpas para arriesgar su felicidad. Trichotine es el antiséptico vaginal que limpia y libera de la causa de malos olores, como ningún otro productor o preparación casera. Trichotine gracias a su ingrediente especial y a su fórmula no ácida, penetra y limpia completamente sin producir ardor, sequedad o picazón, y la hace sentir tan segura, tan confiada... tan fresca... y tan limpia. Trichotine es recomendado por médicos de todo el mundo. Cuide su felicidad, cuide su higiene íntima, siéntase segura y feliz con Trichotine. (Trichotine, *Cromos*, 1966)

Se resalta la insuficiencia del baño diario en la limpieza genital. Los anuncios llamaron de manera simultánea a la limpieza extrema y especial, y al cumplimiento de roles asignados socialmente a las mujeres como el cuidado, en todo sentido, de hijos, hijas, esposo y familia, pero también de sí mismas, como requisito indispensable para su felicidad:

¿Fresca? Esa limpieza absoluta que le da íntima frescura y la hace sentir segura de sí misma en toda actividad, usted no la obtiene con el baño corriente y productos comunes. Por eso, es tan necesario usan Gyneben, el moderno antiséptico vaginal que le brinda protección y limpieza total en su higiene íntima, sin irritar sus delicados tejidos. Una ducha de Gyneben es muy eficaz porque Gyneben contiene ingredientes especiales que protegen y desodorizan, asegurando su limpieza, frescura y tranquilidad en todo momento. (Gyneben, *Cromos*, 1965).

Y sobre otro anuncio del mismo producto: “Confiada? La confianza en sí misma es indispensable para el éxito de cada actividad. Esta seguridad, usted sólo la adquiere cuando se siente verdaderamente limpia.” (Gyneben, *Cromos*, 1965). Las imágenes de estos dos anuncios, corresponden a un dibujo de las manos de una mujer con una argolla, refiriéndose al matrimonio. El cuidado minucioso de la limpieza íntima era necesario para mantener esa estructura matrimonial, pilar de las buenas costumbres y base sobre la cual se edificó la familia y la higiene; ser limpia era sinónimo buena esposa (Ver figura 7).

La seguridad y la confianza fue lo enunciado sobre el cuidado de sí, con respecto a la gestión de la limpieza y el control propio de la higiene corporal, a través de los germicidas vaginales, tanto en los años 30 y 40, como en los 60 y 70. Junto con la *protección*, por la *incomodidad* y *manchas* de los fluidos, y de manera especial del fluido de la sangre de escandaloso color, vendrían a enunciarse en simultáneo con los productos para la gestión menstrual, la responsabilidad de la gestión de una corporalidad limpia, sana y en correspondencia con esos roles que le permitirían felicidad: ser madre y esposa; todo en sincronía en la segunda mitad del siglo, con la posibilidad de votar, de usar píldoras anticonceptivas, y estudiar algunas carreras que se habían negado culturalmente para las mujeres, como se analizará a continuación.

3.2. Seguras: Al encuentro de la mujer moderna

3.2.1. Steyfree: La mujer moderna es más libre y Activa

Los años 60 y 70 en Colombia representan una ruptura cultural, eco de cambios políticos, económicos y sociales a nivel mundial. Sin embargo, implicaron también contradicciones sobre la promesa de mujer moderna y liberada. La participación de las mujeres en el escenario político institucional fue reducida, pese a que fueron los años posteriores a la formalización del voto para las mujeres en el país. Sin embargo, su opinión en prensa y revistas de consumo privilegiado, parecía ser cada vez más acogida, como correlato de la disputa que se fraguaba en el mundo, desde las discusiones sobre lo que se ha denominado la liberación sexual, los movimientos de

liberación de las mujeres, la llegada al país de la píldora anticonceptiva, las revueltas estudiantiles, los movimientos por la salud de las mujeres, y el aumento de la matrícula de mujeres en las universidades del país, sobre todo en disciplinas y profesiones asociadas al cuidado, como enfermería, educación, terapias, trabajo social, psicología (Ramírez, 2010).

El discurso de liberación de las mujeres fue clave para la venta de tecnologías de gestión menstrual, porque por un lado se invitaba a la modernización de los cuerpos, situando como anticuados los trapitos y remedios caseros para la gestión de la menstruación, y por otro lado, anunciaba estas tecnologías, cada vez más sofisticadas y diversas, como un salvavidas frente a la posibilidad de que la menstruación se hiciera pública, con límites expresos del lenguaje para nombrar el sangrado o la palabra menstruación.

Las ideas de liberación de las mujeres fueron manifestadas en varios artículos revisados de la Revista *Cromos* durante los años 60s y 70s. Artículos de mujeres feministas como Evelyne Sullerot, del movimiento sufragista como Ana de Karpf, Ofelia de Wills, y Lucía Rubio de Laverde, quienes interpelaron el papel de las mujeres en la política, el matrimonio, como madres e incluso desde prácticas de lectura en el marco del ejercicio periodístico, a mujeres como Gloria Moanak, Gloria Pachón Castro, Tony Llovel, Ines de Montaña y Gloria Valencia Diago. Por ejemplo, en el artículo *Cómo deben intervenir las mujeres en campañas electorales* (*Cromos*, 1969, agosto 12), Ofelia de Wills presenta los puntos de vista de cinco mujeres; dos de ellas plantean:

Sofía Reyes artista y profesora de arte.

Yo creo que las mujeres debemos apoyar los grupos femeninos constituidos por elementos estructurados capaces de representarnos y de exigir la realización de nuestros propios ideales. Nosotras tenemos intereses diferentes a los hombres y debemos defenderlos y apoyarlos.

María Helena Triana. Secretaria.

Como todo ciudadano consciente de su responsabilidad frente a la situación actual de la nación, la mujer debe ir a las elecciones con el ánimo de llevar a la presidencia de la república y a las corporaciones públicas a personas con reconocida capacidad moral y que

realmente estén dispuestos a trabajar por la solución de los problemas nacionales. No es conveniente que pretenda separarse en grupos que dan ocasiones a que se ataquen sus actividades, ya que un gran número de lectores no simpatiza con la preponderancia de la mujer sobre el hombre en ningún aspecto.

Actualmente la mujer está llamada a participar en política con más responsabilidad que los hombres, quienes no han demostrado hasta ahora una mayor eficiencia.

Se reconocía aquí, la necesidad de que las mujeres participaran en escenarios institucionales desde su posibilidad para votar, y se debatía sobre la pertinencia de grupos en defensa de sus intereses específicos, como mujeres con respecto a los hombres. La posibilidad de votar para las mujeres, sumado a su participación en espacios que estuvieron restringidos en décadas anteriores, como la universidad, el trabajo fuera de casa, y el cuestionamiento a roles tradicionales, fueron temáticas reiteradas en las revistas revisadas:

Las preocupaciones tradicionales de las mujeres se resumían en las famosas tres *kaes* alemanas: casa, niños, iglesia. Hoy actúa una clase de mujeres cada día más numerosa, en todas las actividades antes reservadas a los hombres. Esto ha diversificado los intereses y deberes de la mujer, ha dejado las tradiciones en un lugar importante pero no único en sus vidas y ha terminado con muchos de los tabús que gravitaban sobre su mente. Sección Nuevos Deberes, Nuevos Derechos, Ana de Karpf. (Revista *Ilusión*, 1967, junio 4)

No podemos ser tan miopes en seguir aferrándonos al cadáver del pasado, para prolongar artificialmente la servidumbre legal, contra la evidencia de la creciente emancipación de la mujer. Sección: Los derechos de la Mujer. Ana de Karpf. (Revista *Ilusión*, 1967, agosto 5).

Durante el año 67 se movilizaron propuestas de ley en el parlamento, que contemplaban igualdad de derechos civiles para la mujer, el matrimonio civil y el divorcio; lo que generó debates entre la iglesia católica con sus cánones que amparaban la sacralidad del matrimonio y los grupos de mujeres que impulsaban y defendían la iniciativa, entre quienes estaba la periodista y sufragista Ana de Karpf.

Estas condiciones fueron posibilitando un discurso liberador en la publicidad de productos para la gestión menstrual. El ser libre o liberada para asumir el ritmo de vida que la modernidad misma exigía a las mujeres: ser activas; para lo cual fue necesario ocultar la menstruación de manera cautelosa, permitiendo un sentido de confianza y percepción de control sobre el propio cuerpo, que reafirmaba esa idea de liberación sobre la corporalidad. A tal punto, las toallas de Johnson & Johnson, que habían sido predominantemente de marca Modess, en relación a la palabra modesty (modestia), fueron desplazadas a partir del 70 (Tarzibachi, 2017) por la marca Stayfree (Esté libre), de la misma empresa. A partir de la misma década, se encontró en la publicidad de toallas marca Kotex un apellido que las acompañó en varias piezas publicitarias: Kotex Liberté (Libertad). Las dos marcas circulan todavía en el mercado de productos para la gestión menstrual en el país. Se destacan entonces cinco anuncios relacionados con ese discurso liberador, de las marcas Stayfree, Kotex Liberté, y Tampax (Ver figuras 8, 9, 10, 11, 12):

¡Se Libre! Stayfree hace tus días más libres y seguros...! dice Judy Henríquez, conocida actriz de televisión. Nueva Stayfree, 10 toallas femeninas auto-adheribles a su pantalón. Con Stayfree, la nueva toalla femenina auto-adherible, creada por Johnson & Johnson la mujer moderna es más libre y activa. (Buenhogar, 1974, Oct- Dic).

Nuevas toallas femeninas Kotex Liberté. Únicas autoadhesivas. Sin ganchos sin cinturones. segura! Siéntase íntimamente libre...sin ganchos...sin cinturones...con la nueva toalla femenina Kotex Liberté autoadhesiva que le brinda doble seguridad, porque trae doble cinta autoadhesiva que la fija fácilmente a su pantalón. La nueva toalla KOTEX LIBERTÉ AUTO-ADHESIVA tiene desodorante. No se nota. No se mueve. Se adaptan perfectamente a su cuerpo y usted se siente más cómoda... más protegida... íntimamente libre... KOTEX LIBERTÉ la toalla autoadhesiva que se fija a su prenda femenina. (Buenhogar, 1974, Oct - Dic).

Tú, el mar y el verano... si tú eres una chica que vive el verano en el mar, nadando y retozando en las olas, entonces probablemente conoces los tampones Tampax. Son la protección sanitaria que llevas internamente, lo que significa que te dejan libre para

disfrutar los deportes acuáticos mientras te protegen. Son seguros, cómodos, invisibles. (*Buenhogar*, 1975, mayo 17).

Al no llevar bulto alguno bajo tu traje de baño, podrás correr, zambullir y nadar libremente. (*Buenhogar*, Tampax, 1975, mayo 17).

millones de mujeres en el mundo la usan aún todos los días, sólo para proteger su ropa íntima y sentirse así, más pulcras, más libres, más femeninas. (*Cromos*, Steyfree, 1975, octubre 11).

Además de utilizar la referencia de una mujer exitosa, por ser una actriz reconocida en la televisión colombiana, como fue Judy Hernandez, la idea de libertad se hizo evidente a partir de 1974, año en el cual se empezaron a encontrar los anteriores anuncios, que coinciden con una circulación mayor de publicidad de tampones, y con el diseño de toallas que incluía autoadherente o autoadhesivo. La posibilidad de desechar la sangre menstrual de manera más rápida y por lo mismo eficiente desde estas tecnologías, se posicionaba como la liberación de una suerte de carga menstrual, que implicaba, como implicó también la vagina y sus otros fluidos, olores y manchas, y con ellos, tiempo para lograr deshacerse de los mismos, vergüenza y desventaja para asumir las actividades que la sociedad moderna permitía para las mujeres; en ese sentido, una serie de anuncios de Kotex que titula de dos maneras, apelaron a la necesidad de que las mujeres utilizaran una toalla como Kotex para garantizar su seguridad (Ver figuras 13 y 14): “En los deportes..., En los estudios...y cierran con: hay una que se siente tan activa como las demás...y es porque la toalla femenina Kotex le da seguridad para actuar como ellas!”(Kotex, *Cromos*, 1964, 1965).

Los ganchos y cinturones que habían sostenido las toallas en décadas anteriores, se mostraron como anticuados; tanto las toallas autoadherentes como los tampones permitieron liberarse del tiempo invertido en el cambio de estas tecnologías, ya contaminadas con la sangre, pero además ocultar de manera más efectiva la corporalidad menstruante, porque se fueron diversificando los tamaños y formas (Ver figura 9), unas más pequeñas con diferentes texturas:

Para los días de escasa menstruación mini autoadherible con protección plástica trilateral...La nueva mini-toalla de Stayfree es más pequeña y discreta que cualquier otra

toalla. Tan cómoda que usted se olvidara de que la tiene puesta...millones de mujeres en el mundo la usan aún todos los días, sólo para proteger su ropa íntima y sentirse así, más pulcras, más libres, más femeninas...para sus últimos días en los que cualquier toalla femenina es excesiva (*Buenhogar, Steyfree, 1975, octubre 11*).

Incluso se diversificaron las tecnologías mismas, aunque los anuncios de tampones se encontraron desde el año 1964, sólo hasta 1974 empiezan a circular de manera más constante; solo se hallaron dos marcas de tampones durante los años revisados Tampax y Ob.

La modernidad exigió entonces mujeres más *activas*, pero no sólo en los ámbitos ya mencionados, como estudios y trabajo, también en deportes que se habían restringido en el marco de la idea de la menstruación como debilidad o como riesgo:

Ese período, manifestación natural de su feminidad, le crea muchas veces complicaciones, que obligan a privarse de sus actividades corrientes... ¡Por eso usted puede vestir prendas ajustadas como, slacks, shorts, biquinis, etc. con OB usted puede practicar sus deportes favoritos, hasta, nadar! (*Buenhogar, OB, 1974*)

¿Por qué millones de mujeres en más de 100 países usan Tampones Tampax? Porque son mujeres modernas. Activas. Dinámicas. Que no quieren interrumpir sus planes durante esos cinco o seis difíciles días del mes. Con los tampones Tampax puede realizar cualquier actividad todos los días del año. Como se usan internamente, no le impiden bailar o nadar, ni llevar la ropa que desee (*Cromos, Tampax, 1964*).

Los aficionados al sol y natación como tú, busca la protección de los tampones Tampax, porque les permiten llevar una vida totalmente activa y cuando la playa es tu manera de vivir, esa es razón suficiente para una fiesta (*Buenhogar, Tampax, 1975*).

Los tampones Tampax se usan internamente, no interferirán con tus movimientos. Puede ser activa, hacer cuánto ejercicio quieras. Y protección interna quiere decir que puedes nadar (*Cromos, Tampax, 1975*).

Los tampones se situaron como salvadores para la mujer moderna, porque abrían la posibilidad de hacer deportes y usar cualquier tipo de ropa sin que se notaran; ocultaban de mejor manera la menstruación no sólo porque se llevaban internamente, sino porque se podrían usar

mientras se nadaba, actividad restringida por el riesgo que implicaba salir del agua escurriendo sangre menstrual, o con una toalla empapada. Usar tampones se anunció además como algo exclusivo e intrépido: “Tampones Tampax, la moderna protección sanitaria, usado por las mujeres que saben y triunfan”. (*Cromos*, Tampax, 1964); las corporalidades expresadas en las imágenes de los anuncios de tampones, fueron mujeres en actividades de playa, en traje de baño, aludiendo a esa posibilidad que permitía el tampón y no la toalla: nadar, y así, ser felices. (Ver figuras 10 y 11)

Si se tienen en cuenta los tabúes asociados a la menstruación, la virginidad y la sexualidad misma, se entiende la restricción que tal vez tuvo la sociedad colombiana, aún en los años 60 y 70, proclamada como sociedad moderna desde principios de siglo, frente a la utilización de esta tecnología para la gestión menstrual, de allí la gran diferencia en la cantidad de publicidad de toallas con respecto a tampones. De todas formas, éste fue un supuesto que se puso en quiebre de forma permanente, pues los anuncios sobre germicidas o antisépticos vaginales, se mantuvieron durante la década mencionada y también implicaban un contacto especial con la vagina a través de un lavado detenido. Además, se encontraron algunos artículos que volvían sobre las limitaciones de las mujeres para practicar algún tipo de deporte durante los días de sangrado:

¿Qué deportes pueden practicar las mujeres en razón de su conformación y de las posibilidades de su anatomía femenina? El cuerpo femenino se encuentra naturalmente cubierto por una capa de grasa que le da su suavidad y su tersura. Por consiguiente, hay que evitar los deportes que harían desaparecer este almohadillado, como la carrera, el salto y el esquí de competición.

Las mujeres manifiestan una tendencia a la lordosis (exageración de la curva cóncava de la espalda, al nivel de los riñones) y por consiguiente deben eliminar todos los deportes que podrían acentuar esta tendencia, como equitación, ejercicios de suspensión, acrobacia...

Las mujeres soportan mucho mejor que los hombres los esfuerzos continuos, pero menos los esfuerzos violentos. Así muestran más dotes para patinar y jugar al golf que para

lanzar el peso... los órganos femeninos tienen cierta tendencia a la congestión y hay evitar los instrumentos trepidantes, como la moto y, en todo caso, llevar una faja que sostenga bien el vientre. Hay que evitar también la extenuación y la masculinización y practicar deportes que den elegancia al cuerpo. (*Cromos*, Cromoellas, Deporte y Belleza femeninas, 1973)

El ideal de mujer moderna pese a ser aclamado en cada revista y en cada año, también estuvo en quiebre, como se evidenció en el capítulo anterior; pues por un lado se exaltaron esos nuevos lugares de existencia para las mujeres, pero por otro se siguió acudiendo a los roles tradicionales para ubicar la identidad femenina, se alentaba a los deportes y se otorgaba al cuerpo un sentido de libertad, pero por otro lado algunos artículos, como el anterior, seguían restringiendo a las mujeres en la práctica de algunos deportes, partiendo del riesgo de perder la femineidad. Especialmente, el año 1968 dio cuenta de esas rupturas, muy de la mano con la idea del *feminismo mal entendido*, que se enunciaba en una de las Enciclopedias para la Mujer promocionada en *Cromos*; en un artículo de ese año precisamente, titulado *El Enigma de las Mujeres Frías*, escrito por un doctor en la revista *Buenhogar*, se resalta:

-el sufragismo- propone otro slogan: “hay que competir con el varón”. Las jóvenes educadas en este convencimiento se lanzan a una cruzada antimasculina. “El hombre es un usurpador, un tirañuelo que debe ser puesto en su lugar”. Estos conceptos son tan peligrosos como los anteriores, pues al quitar todo valor a la imagen masculina, se desvalorizan también la unión física con el hombre y aniquilan en la mujer la actitud mental de entrega que necesita para obtener todo lo que el amor puede ofrecerle. Muchas mujeres frías corresponden a este tipo.

Es importante destacar estos artículos de opinión sobre la época, porque dan cuenta de dicha ruptura en la promesa de la mujer moderna; y con ello de la ruptura de las corporalidades menstruales como corporalidades liberadas. Si bien, sí se abrieron espacios distintos para la participación de las mujeres, y el mercado otorgó la libertad incluso de escoger el tipo de tecnología, su tamaño y forma para la gestión menstrual, ello no implicó una transformación, al menos evidente en los roles de cuidado que se promovían tradicionalmente, por el contrario, el

cuidado de sí mismas llegó incluso a situarse desde la gestión menstrual, como responsabilidad inmediata de las mujeres, siguió siendo un asunto íntimo y secreto. El rol de cuidadoras en el marco del matrimonio seguía siendo reclamado, aun cuando se llamará también a ocupar los mismos escenarios de vida que el hombre:

...si deseas ser feliz y hacer que te amé más, debes aprender cómo y cuándo hay que ayudarle en sus problemas personales...sin dejar traslucir lo que estás haciendo, de la misma forma que él no deja traslucir que tiene problemas (...) Comparte sus preocupaciones y ayúdale a resolver los problemas, Eres una camarada, además de una esposa. Pero él sigue siendo el dueño (La comprensión Femenina, *Ilusión*, 1968)

Tal vez el ser esposas y cuidadoras nunca estuvo tan cuestionado desde la publicidad analizada, aun cuando se llamaba a la participación en el trabajo y en escenarios educativos; porque en el marco justamente de la modernización del país, en términos económicos, lo que requería el capitalismo era mano de obra adicional, que por supuesto no dejara de lado las labores *propias de su sexo*. Ello implicaría que se asumieran tanto las labores remuneradas y formativas, como las relacionadas con el cuidado y con el afecto:

La latencia y la modernización del pensamiento, han llevado a la mujer de hoy a aletargar su afectividad. Ha aumentado el margen de posibilidades para ella en diferentes campos, pero se le ha limitado el panorama respecto al amor: se le ha restringido el tiempo para cultivarlo a la antigua manera. (Vilma Caballero, Temas en Relieve-La Mujer en el Siglo XX, *Cromos*, marzo 1, 1968)

En suma, la idea de mujer moderna representó una cisura evidenciada en las corporalidades menstruantes, porque aclamaba la libertad desde la ocupación de lugares públicos, pero se ocultaba de mejor manera la sangre menstrual; el progreso evidenciado en las tecnologías para la gestión de la menstruación tal vez posibilitó ocupar esos lugares restringidos, pero a costa de ocultar mejor la sangre, de reiterarla como íntima y secreta.

3.2.2. *Kotex su mejor y más íntima amiga.*

Como se esbozó en el capítulo anterior, todos los antisépticos o germicidas vaginales apelaron a la higiene íntima y la salud como urgencia para la mujer moderna. Las toallas y tampones exaltaron la intimidad, justamente como el lugar privado o el secreto de la menstruación; como un asunto de mujeres, para mujeres y en el que incluso la toalla se convirtió en una aliada más en el proceso íntimo de menstruar: “Toallas femeninas Kotex. Prefiéralas, exíjelas, identifíquelas en su empaque por la rosa blanca y la clásica K. Símbolos de seguridad y protección total. Kotex su mejor y más íntima amiga”. (*Ilusión*, 1967 diciembre 2); “Sólo usted y Modess lo saben. El secreto quedará entre usted y Modess... así pasará días tranquilos, seguros, felices, ¡disfrutando de la vida... siempre...!” (*Cromos*, 1967, Julio 8); “Secreto: Nuevas toallas sanitarias Secreto, más suaves...más absorbentes...más económicas...y” (*Cromos* 1973). Esta última deja la idea abierta, a modo de expectativa para el público a quien se dirige, como si la información se diera por sentado (Ver figura 15)

En la revista *Cromos* aparecen dos: una fotonovela que promocionan la toalla “Íntima: Para la mujer que quiere contar con sus días de mujer”; y un fragmento de la fotonovela ¡Nunca más! *Una historia Íntima*, publicada en *Cromos* en 1969, es protagonizada por dos hombres y dos mujeres jóvenes; ellos se encuentran en un carro, ellas van en bicicleta en minifalda:

Hombre:

- Mira qué par de churros que van allí por mujeres así me dejo llevar al altar.
- Están fabulosas, pero e... espera si son nada menos que las aguafiestas de Nelly y Alicia.
- ¡Están irreconocibles! de donde acá se volvieron tan alegres. Y tan activas
- ¡En verdad! y pensar que hace poco no se les veía por parte alguna. (Cara de asombro)

Los cuatro, ellas en bicicleta, ellos de pie:

- ¡Eh chicas!
- Luces encantadora Nelly!
- No les conocíamos sus habilidades.

- Gracias es el primer cumplido que me haces

Se muestran ahora por parejas, la primera dice:

- Me gustaría que nos viéramos más a menudo
- Porque no, cuando lo quieras, déjame saber

La segunda pareja dice:

- Tengo el presentimiento de que nos empezaremos a comprendernos
- Parece que allí también hubo acuerdo

Los cuatro reunidos nuevamente:

- Hay algo que no acabo de entender, cómo han logrado este maravilloso cambio.
- Es un secreto (mirándose las dos mujeres)

Culmina con una viñeta que dice:

Sólo ellas conocían el secreto porque **Íntima** estaba ahora secretamente ligada a sus vidas y por fin podían contar todos sus días de mujer.

Acá de nuevo se ubica la toalla como la salvación de las mujeres, esta vez no sólo por la posibilidad que les permitía para estar activas, montando bicicleta todos los días, incluso *en sus días de mujer*; sino porque les permitía estar radiantes, felices y bellas (Ver figuras 16, 17, 18 y 19); salir de la amargura que implicaría la menstruación, pues como se destacó en el capítulo anterior, también estuvo relacionada con *malhumoramiernos* y cambios en el estado de ánimo. La razón de esos *cambios* es el uso de la toalla Íntima, que además permitiría conseguir una pareja -heterosexual-, lo cual se pone en relación con la idea de la menstruación como entrada a una vida sexual activa, al tiempo que es sinónimo de *amargura*, razón por la cual debe ocultarse y aparentarse feliz:

He cambiado para ti. Una historia “Íntima”.

- Mujer: Nos vemos muchachos
- Hombre: ¡Hola Piedad! puedo hablarte un momento?
- Mujer: ¡Claro Carlos! ahora que te traes entre manos?

- Hombre: Tengo una invitación especial para hacerte... Espero no la rehúses como en ocasiones anteriores.
- Mujer: Tú propones Carlos.
- Hombre: Tenemos paseo esta tarde a la finca de mis abuelos y me gustaría que me acompañaras. Montaremos a caballo, nadaremos.
- Mujer: ¡Oh Carlos! eso sería maravilloso!
- Hombre: Vaya me agrada mucho oírte hablar así. No pareces la misma aguafiestas de antes. Ya verás cómo nos vamos a divertir.
- Mujer: Ya lo creo. (Qué feliz me siento de saber que no me toma por la amargada de antes.)
- Hombre: Eres adorable Piedad. Te recogeré a las once y media, ¿ok?
- Mujer: Estaré lista.

Ahora Piedad contaba con todos sus días de mujer gracias a Íntima, sabía que con Íntima podía ser más natural, más confiada, en una palabra... más mujer. Porque Íntima estaba secretamente ligada a su felicidad. (*Cromos*, Íntima, 1969, Julio 21)

La corporalidad menstruante se rescata como íntima, como un asunto de mujeres, como lo recoge Tarzibachi (2017), *hacerse señorita*, desde la primera menstruación significó una marca de género, la entrada a la feminidad, “presentada desde la industria del Femcare como el pasaje hacia el mundo de las <<cosas de mujeres>>” (p.84). La complicidad de ese secreto permitió en Colombia que se lanzara al mercado en 1975 la marca *Nosotras*, que apeló precisamente a esa intimidad de género que los anuncios anteriores evidencian; una marca sobre el fin de la infancia, que resultó en corporalidades que se percibieron sucias y por tanto vergonzantes; cuerpos descontrolados al no poder decidir cuándo se menstruaba; pero que terminaron volviendo a ser controlados, gracias a la gestión que las tecnologías iban permitiendo a través del ocultamiento mensual de la sangre.

La vergüenza racionalizada en anuncios, se situó sin posibilidad de interpelar el asunto de otras maneras, porque, se venía fundando una idea de seguridad socializada por las tecnologías para la gestión menstrual, que fueron supuestamente inventadas y avaladas por

hombres médicos, desde donde se legitimó su uso por parte de las revistas dirigidas a mujeres, brindando de esta manera *garantía y seguridad*.

La idea de intimidad se sostenía por la vergüenza que implicaba el menstruar, y la inseguridad se socializaba como estado emocional y corporal normal, ante la amenaza del derrame de la sangre, el accidente. Ello movilizó un ideal de cuerpo que identificaba a las potenciales consumidoras de toallas, tampones y antisépticos vaginales, para luego poner el cuerpo en escena pública, de tal manera que satisficiera a las mujeres mismas, las mostrara ante las demás con un estilo de vida de vanguardia desde el ser a-menstruales, y por tanto activas, exitosas, seguras de sí mismas. Tampax mostraba además que el consumo de estos productos, permitía entrar en el cambio generacional sin temores, ni vergüenza, permitiéndoles a las mujeres relacionarse y hacer sus actividades a pesar de que sus primeras experiencias con la sangre implicaran temores de crecer; lo cual estuvo también asociado al tabú asociado al uso del tampón cuando no se habían tenido relaciones sexuales. Por ejemplo, sobre la imagen del siguiente anuncio, se muestra una mujer joven, mostrando una actividad que haría una niña: montar sobre un caballo de carrusel, sonriente, con un peinado de niña, que cuestiona (Ver figura 20):

Eres o demasiado joven o demasiado mayor. Siempre suele haber alguien que te diga una cosa o la otra sobre casi todo lo que tú haces. Dirán que eres demasiado mayor para montar en los caballitos. O que eres Demasiado joven para usar los tampones Tampax. Y algunas veces se equivocan. Más y más muchachas usan desde el comienzo de los tampones Tampax porque dan protección invisible y son seguros y cómodos. Si tienes edad suficiente para necesitar protección mensual, probablemente tienes edad para usar los tampones Tampax. (*Buenhogar*, 1975, agosto 28).

Los anuncios de Tampax (Tampax Incorporated) y los de O.B. (Johnson & Johnson) presentaron retóricas nuevas a las de toallas higiénicas por cuando mostraban mujeres más alegres, en escenarios abiertos como playas, hablaban más del cuerpo de la mujer y su anatomía. Pero algo común en todos los anuncios, tanto de tampones como de toallas, fueron mujeres jóvenes, blancas y sofisticadas.

La intimidad estuvo entonces en relación permanente con la vergüenza sobre la menstruación, pero además sobre el cuerpo de las mujeres en general, pues se acudió a ella también desde la higiene en los anuncios de antisépticos vaginales. La palabra menstruación apenas se nombró en algunos anuncios, su uso se limitó a artículos sobre la salud de las mujeres, encontrados en las revistas y enciclopedias, junto con la palabra *Regla* y *Periodo* y apenas un par de veces se mencionó la palabra sangre, relacionada específicamente con la sangre menstrual. La manera de referirse a la menstruación fue: *los días difíciles del mes, días de mujer, tus días, tus días problemáticos, aquellos días*.

En el año 1975 sin embargo, las palabras periodo y menstruación se mencionaron en algunos anuncios sobre todo de tampones, que, desde un esquema importado desde Estados Unidos, se acompañaron con láminas explicativas de la fisiología del cuerpo. Curiosamente, entre todos los documentos encontrados, solo la marca O.B., presentó un anuncio en la Revista *Buenhogar* (1974) que explica con un esquema la matriz de la mujer, cómo funciona un tampón, cómo queda ubicado en la vagina, las ventajas higiénicas (Ver Figura 21), de la seguridad “para no impregnarse” con el flujo y la comodidad para usar la ropa que se desee como “slacks, shorts, bikinis”, donde no se muestra la vagina exterior, se trata más bien de una imagen plana del cuello uterino, utero y ovarios, sin explicar por qué orificio se introduce el tampón; pero se ofrece información adicional en el folleto “TODO LO QUE DESEAS SABER SOBRE TU CUERPO Y LOS TAMPONES O.B.”¹⁵, en el cual debían consignar los datos personales y el estado civil, para que pudiera ser enviado a la casa de cada posible compradora.

Estos folletos, manuales, o libros fueron otra constante en los anuncios de toallas, tampones y antisépticos. Ofrecieron información adicional a la que contenía el anuncio mismo, tal vez como una manera de evitar el detalle y mantener el secreto y la confidencia desde la intimidad promovida, extendida a los hogares de las mujeres que estuvieran interesadas en los productos (Ver Figura 22):

Si hay algo que usted desea saber o si desea educar a su hija que se aproxima a la edad pubertad, envíe este cupón a Johnson & Johnson de Colombia apartado aéreo 1806,

¹⁵ Mayúsculas propias del anuncio

Barranquilla indicándonos el sistema de protección sanitaria que está usando actualmente. A vuelta de correo, le enviaremos el interesante libro ilustrado “adolescencia”. Les ruego me envíen mi copia del libro “adolescencia” de acuerdo a las siguientes indicaciones: nombre, dirección, mi edad es, y actualmente estoy usando... para mi protección sanitaria (indicar marca por favor). (Modess, *Cromos*, 1966)

La invitación de los anuncios a solicitar información adicional dio cuenta de una manera de circulación del saber, relacionada justamente con esa intimidad resaltada; se comunicaba de manera confidencial mientras se solicitaba la marca de toallas que se estaban usando, y se invitaba a la instrucción sobre la menstruación desde el paso por la *pubertad*. La educación sobre la menstruación, desde los folletos se entregó a la madre, o directamente a la mujer que menstruaba: “Solicita gratis el folleto sólo para ti”. (*Cromos*, 1964). La educación sexual fue tal vez responsabilidad de padres y madres, y en relación a la menstruación los anuncios publicitarios parecieron tener un lugar importante. Sobre un artículo ya citado se lee al respecto:

Es imperativo pues que los padres sepan educar sexualmente a sus hijos, a través del razonamiento inteligente y no dañinas prohibiciones. Niños y niñas deben saber, que los órganos distintivos del hombre y la mujer y la función sexual, lejos de integrar un pecado, son nada menos que el vehículo del más grande milagro: la procreación. (*Buenhogar*, *El Enigma de las Mujeres Frías*, 1968)

La invitación de los anuncios dio cuenta de una responsabilidad latente, que recaía en las madres, sobre la educación de las niñas en temas de sexualidad, pero específicamente sobre la menstruación y los cambios corporales que implicaba, y como se resalta en este último artículo, su función en la *procreación*. Pero los anuncios tenían otro sentido desde lo educativo, permitirse poner a circular un saber, desde la experticia, que legitimaba todavía más el uso del producto. Para el caso de los antisépticos fue necesario en tanto se vio en tensión su ideal de *higiene y salud íntima*, por los compuestos que contenían dichos productos, y para el caso de los tampones por la sacralidad de la corporalidad, desde la herencia judeocristiana en el cuidado de la virginidad.

3.2.3. *Tampax: La seguridad crea confianza.*

La *seguridad* ha sido un discurso construido con ahínco en el marco de una sociedad de consumo, pues a través del control de las emociones, cuerpos y el tiempo, se perfila un estilo de vida *confortable y estable*, entrelazado por el poder adquisitivo, el lugar en donde se vive, el acceso a los objetos, el uso de ellos e incluso hábitos morales e intelectuales, traducidos en prácticas íntimas, familiares, laborales y sociales. Para esto, la vergüenza y el asco han logrado afincarse como emociones entramadas en las relaciones sociales, expresadas en la negación del propio cuerpo menstrual. Como Tarzibachi (2017) lo explica, se trata de una

breve historia publicitaria de toallas y tampones evidencia que se apeló de forma continua, no sólo a la identificación de la condición de mujer con ese sangrado, sino a ese profundo sentimiento de vergüenza que genera tener un cuerpo que se considera defectuoso porque puede tornarse caótico en cualquier momento y develarse como menstrual en público. (p, 120).

La sociedad controla a través de la normalización del cuerpo, un cuerpo a-menstrual, necesario para instrumentalizarlo en la producción, consumo y subordinación. En este sentido, las tecnologías para la gestión de la menstruación, fueron potentes dispositivos de biopoder que alejaron a las mujeres de la escena pública, incluso de la familiar, aunque se invitaba a lo contrario, si no se tenían una solución que ocultara bien la sangre y el olor de la menstruación; pues la sangre presenta olores cuando hay oxidación (presencia de oxígeno) o cuando se mezcla con otras sustancias o fragancias.

La publicidad fue construyendo imaginarios anclados en sentidos como el olfato, la vista y el tacto, que validarían la corporalidad como a-menstrual, inolora, y prácticamente inexistente, si se tiene en cuenta que la vagina nunca se nombra, ni el útero, ni los ovarios, apenas si se menciona la menstruación, fortaleciendo de esta manera un sentido estético de menstruar, al no menstruar, o no parecerlo. Por ejemplo: “¿Confíada? Gyneben. Para la higiene íntima de la mujer”. (*Cromos*, 1965), o mensajes sutiles como para asegurar y confiar en que oler de cierta manera garantiza confianza:

Rocío de frescura y seguridad. DIF desodorante íntimo femenino... el desodorante de la mujer moderna, segura delicada. DIF un Rocío finamente perfumado para la intimidad de la mujer cuidadosa. DIF más suave, más efectivo. Solución al problema íntimo y delicado de la mujer. Tranquilidad para los 31 días del mes. (*Cromos*, 1974).

Sobre la imagen del anuncio anterior, llama la atención que fue la única imagen de una mujer desnuda, mostrando los pechos (ver Figura 23). La *seguridad* en tal sentido también fue nominada como *confianza* en la publicidad, binomio que se mantiene hasta hoy; siendo un potente dispositivo gubernativo, que se ha construido para agenciar el cuidado de sí, sin dejar de lado el cuidado de otras personas, y la idea de seguridad sobre sí mismas: “¿Fresca? Esa limpieza absoluta que le da íntima frescura y la hace sentir segura de sí misma en toda actividad, usted no la obtiene con el baño corriente y productos comunes”. (*Cromos*, Gyneben, 1965)

En esta afirmación es posible explorar, a través de la simultaneidad de aparición de la publicidad sobre elementos de aseo para niños y bebés, con sus madres siempre como cuidadoras inmediatas, al tiempo anuncios para el aseo personal y la belleza de la mujer, que apelaban una responsabilidad propia sobre la higiene y el aseo personal, como se mostró en el capítulo anterior. En los mencionados artículos de mujeres feministas, sufragistas y periodistas destacadas, sobre quienes hubo tal vez admiración por representar una mujer moderna y liberada, seguras de sí mismas, pero por lo mismo, se pudo haber generado recelo, por contradecir roles y modos de vida que se encontraban como pertinentes según la moral estudiada también en el capítulo anterior, edificada sobre la familia y la feminidad:

¡Segura de sí misma! Es tan fácil sentirse bien... insista en toallas femeninas Kotex, contienen dos capas de seguridad impermeables y un fino y delicado revestimiento científicamente diseñado que garantizan suavidad y seguridad. Toallas femeninas Kotex. Prefíralas, exíjalas, identifíquelas en su empaque por la rosa blanca y la clásica K. Símbolos de seguridad y protección total. (*Cromos*, 1966)

Nosotras. Más segura y absorbente que todas las demás. Nosotras es la única toalla femenina autoadhesiva súper absorbente con múltiple filtro dispersor. Nosotras es

desodorantes, sin perfumes delatores. Única con sistema autoadhesivo termoplástico, que evitar deterioro de la prenda íntima. Su protector plástico interior y su celulosa de la mejor calidad, garantizan seguridad total. Se adhiere a su prenda íntima. No requiere cinturones ni ganchos. ¡Para nosotras...Nosotras! (*Cromos*, 1975).

En los estudios...hay una que se siente tan bien como las demás...y es porque la toalla femenina Kotex le da seguridad para actuar como ellas! Kotex es la toalla sanitaria que se distingue por su protección lateral, extremos aplanados, capa de seguridad resistente a la humedad”. (*Cromos*, 1975).

Modess: Sólo usted y Modess lo saben. El secreto quedará entre usted y Modess... así pasará días tranquilos, seguros, felices, disfrutando de la vida... (Modes, *Cromos*, 1967).

El texto de este último anuncio, está acompañado de una imagen de una pareja en la ciudad, mientras él toca guitarra y canta, ella muestra una expresión de felicidad y tranquilidad, se encuentra sentada con las piernas cruzadas como signo de comodidad, viste una blusa y pantalón oscuro; la serie de imágenes de la publicidad de Modess del 66 y el 67, muestra a mujeres felices en posiciones cómodas, siempre acompañadas o rodeadas por una pareja y en escenarios laborales, de fiesta o de paseos (ver Figuras 24, 25, 26, 27 y 28). Lo anterior reafirma la idea de seguridad y confianza en sí misma, para lograr una relación de pareja, como se ha mencionado.

Las imágenes de los anuncios de Kotex del 66 y el 67, contienen el rostro de la misma mujer sonriendo en diferentes posiciones, acompañado de la idea de seguridad, libertad, decisión, ser la misma de siempre. De nuevo la felicidad y la alegría supusieron una corporalidad ideal, si la menstruación implicó *amargura* y *malhumoramientos*, el usar tecnologías como tampones y toallas reparaba ese estado, poniendo como estética corporal la alegría (ver Figuras 29, 30, 31 y 32), tal como lo expone Tarzibachi (2017): “La estética de la alegría, el dominio o la seguridad sobre un cuerpo figurado como tan hermético que podía realizar movimientos enérgicos y

expansivos, fue un modo de construir la idea de la libertad y la autonomía de las mujeres” (p.149):

Alegre, confiada, sin preocupaciones, con Modess. Nueva cubierta de suavidad mágica. Las afamadas toallas higiénicas Modess con suavidad mágica, ahora en su nuevo y lujoso empaque, con garantía de la más completa y cómoda seguridad, por su doble absorbencia y la calidad extrasuave de su delicada textura. (*Cromos*, 1966)

La industria de la moda en la ropa interior también tenía unas condiciones especiales para los días de menstruar, como se enuncia en el artículo titulado *¿Qué esconde la Channel?* de Oscar Castaño:

Con la “tanga” sociológicamente se sienten más seguras para hacer conquistas” (...) Los colores también variaron fundamentalmente. Antes predominan los encendidos y el inconveniente usar panties “carnavalescos”. Ahora no. El color va de acuerdo al clima y temperamento. Por ejemplo, la mujer de clima cálido prefiere el calzoncito negro, por aquello de “quemar grasa” o, el rojo; les hace sentir “más mujeres” especialmente cuando el compromiso es con el hombre “amado”. En cambio, para las flemáticas y tal vez más suaves mujeres de climas fríos, los colores pastel son los preferidos para reservar sus intimidades. En general estos tonos también son los demás demanda cuando están embarazadas. Y en aquellos días el color negro es el consentido por ellas.” (*Cromos*, 1975).

El color negro tal vez porque no permitiría develar el rojo de la sangre. La diversificación del mercado, a través de las múltiples opciones de ropa interior, para diferentes gustos, pero para mujeres modernas, liberadas y decididas, iba coincidiendo con la diversificación de los tipos de toallas; usar toallas o toallitas pequeñas, se promovió como una práctica que garantizaría esa seguridad y confianza, incluso en los días que no se estaba sangrando.

La seguridad garantizó entonces el gran confinamiento de la Sangre. *Seguridad y confianza* abrían un margen de posibilidad de acción para las mujeres, porque les permitía pasar desapercibidas como corporalidades menstruantes, a través no sólo de las toallas y tampones, sino también de la ropa oscura, y los antisépticos y desodorantes, que despojaron el cuerpo de

todo rastro de olor que delatara no sólo el sangrado, sino cualquier fluido vaginal, a través de la ropa para *aquellos días* y a través de los medicamentos para los cólicos menstruales, que si bien no se evidenciaron con tanta constancia en los años 60 y 70, sí se mantuvieron desde la década de los años 30, con las tabletas de Cafiaspirina, que prácticamente resolvían cualquier dolor corporal. Este último, fue uno de los pocos anuncios que apeló a la menstruación como proceso biológico propiamente: “el mejor remedio para los cólicos que suelen sufrir las damas durante el proceso fisiológico menstrual”. (*Cromos*, 1968, Bayer).

Las técnicas de limpieza, confianza y seguridad instaladas sobre los cuerpos que menstruaban, ejercieron control y acumularon prácticas colectivas, claves para la producción económica, materializando en el cuerpo su regulación para el trabajo. La seguridad ha brindado en los productos de *higiene femenina*, sutiles técnicas que han singularizado a las mujeres y las han normalizado a la medida de los cuerpos que no menstruan para la producción. Se trató entonces, de un ejercicio de poder del mercado a través de la publicidad, desde la administración de la vida, a través de campañas continuas de productos que garantizaban la limpieza, buen olor, frescura, pero lo más importante, la confianza para ocultar la sangre y de esta manera salir al mundo, libres, como mujeres modernas; como da cuenta el siguiente ejemplo de la publicidad de Tampax en 1975, en donde aparecen tres mujeres en un estudio de sonido haciendo labores de ingeniería (ver Figura 33), en donde se encuentra el siguiente enunciado:

Mujeres dignas de admirar. Hay que admirar a las chicas sobresalientes que ambicionan su vida hasta la cumbre. A las chicas con excitantes carreras profesionales. La seguridad crea confianza. Y nadie puede sentirse segura en el trabajo si interfieren otras preocupaciones. Como la menstruación. Confía en los tampones Tampax. Cómo los usas internamente, no tienes que preocuparte por el olor, que se caigan y otras incomodidades. Dejarán tu mente libre para concentrarte en cosas más importantes. Las chicas que admiras siempre parecen seguras de sí mismas. y los tampones Tampax las ayudan a sentirse así, aún en los días difíciles del mes. La protección interna en que más mujeres confían. Ideados por un médico. Usados ahora por millones de mujeres. Manufacturados sólo por Tampax Incorporated. (*Buenhogar*, 1975, Tampax)

La menstruación ya no sería una *preocupación*, o un impedimento para realizar cualquier tarea, como estudiar *excitantes carreras profesionales*, si se podía ocultar tan eficientemente, su olor, su fluido, sus dolores. Sin embargo, dichas tareas no se dejaron de hacer propiamente por la menstruación, como se evidenció en el capítulo anterior, sólo hasta 1936 se promovió una ley que les permitía a las mujeres en Colombia, estudiar carreras universitarias. Los anuncios reafirmaron una idea de vergüenza sobre el cuerpo, para luego otorgar la salvación a esa situación: las tecnologías para la gestión menstrual, incluyendo medicamentos y ropa interior oscura. Por otro lado, al llamar a las tecnologías para la gestión menstrual *protección sanitaria*, se da por hecho una vulnerabilidad de las mujeres que menstrúan, donde de nuevo el saber médico es la verdad inamovible. Estas súbitas formas de hablar de compresas para la menstruación instaron su desprecio en la sociedad, convirtiendo desde saber y práctica discursiva, la sangre menstrual en silencio.

3.2.4. Tener la regla: Una menstruación regular es signo de buena salud

En 1966 Luis Flores publicó una muestra del léxico del cuerpo humano, que fue recogida durante las encuestas para el Atlas Lingüístico Etnográfico de Colombia, realizadas hasta 1966 en diferentes lugares del país. Dentro del apartado de las *funciones fisiológicas*, se dedica un capítulo a la *Menstruación*. Allí se encontraron 49 nombres y expresiones:

La colorada, el colorado, el consuelo, la cortada del dedo, la corriente, la cosa, la costumbre, la mensual, el chorrillo, la chorriada, estar chorriando, estar chorriando la piña, el derrame, la diecinueve y doce, estar enferma, estar entimpada, tener la enfermedad del mes, estar a fin de mes, tener el flujo, tener la hemorragia, estar con la luna, estar con la luna brava, estar de luto, estar mala, tener las lluvias, tener el mal de las mujeres, estar con la mensualidad, estar con el mes, tener visita, estar con la mestruel, estar con la demostración, estar con la administración, estar con la postración, estar morajiá, estar pagando arriendo, estar con Pachito, estar con el Chapulín Colorado, estar con el período, estar picada del murciélago, tener la regla, estar con el reglamento, estar con esa bicha,

estar con esa joda, estar con el reglero, estar con el arreglamiento, estar en remate de mes, estar con la roja, estar en la semana, estar con la soltura, estar con el treinta y jeo, estar con la treinta y una, estar con la veintiuna, estar en esos días.

El término más usado fue *La Regla*. Las demás expresiones evocaron fluídos, enfermedad, malestar, nombres propios, de animales, y en relación con la regla, otras que implican temporalidad. El tiempo, como se ha mencionado fue un factor clave para las corporalidades mesntruanes; tan sólo la palabra menstrual denota *menstruus*, cuya precedencia del latín es *mensis*, que significa mes, ciclo, o lunación. Pero esta expresión no apela solamente al hecho de que se trate de un ciclo en efecto, sino que se inscribe como norma en la corporalidad, pues señala para que una mujer sea femenina o se convierta en mujer debe menstruar; para lo cual además hay unas temporadas fijadas como normales. Los días del sangrado también se ubican en ese margen de lo normal y anormal, el momento en el que se deja de sangrar o se experimenta la menopausia, pero además las implicaciones que tiene cada fase del ciclo menstrual.

En las revistas dirigidas específicamente a mujeres y en las Enciclopedias de Mujeres que remitió, la menstruación se enuncia precisamente desde esos ritmos sagrados, que, al verse alterados, sacan al cuerpo de lo admitido por la salud y alertan sobre sus posibles *trastornos*, pese a que se intente romper con el peso de la menstruación como limitante. En relación con esos anuncios en las revistas, que resaltan las necesidades de las mujeres modernas desde su constante actividad, en la Nueva Enciclopedia de la Mujer de 1968, en la sección de Salud se lee:

Transtornos de la menstruación: Hay algunas mujeres privilegiadas para quienes las reglas se presentan a intervalos perfectamente regulares. Para otras es corriente que se produzca adelanto o atraso. Una mujer puede decir que está bien ordenada cuando sus ciclos son de 28 días “más o menos”, con una posibilidad de dos a tres días de diferencia; los ciclos son demasiado cortos y las reglas vuelven cada 21 días, muy largos y pasan de 35 días. Su duración promedio es de tres a cinco días. La mayoría de las mujeres imaginan que la irregularidad o la insuficiencia de sus reglas son causa de todos sus males: granitos en la cara, piernas enrojecidas gorduras, etc. A veces existe una causa

común para todos esos trastornos, pero lo que importa no es la cantidad de sangre eliminada, y no se puede “envenenar” una porque se salte un mes o se tengan reglas poco abundantes. (*Cromos*, 1969)

Una menstruación regular es signo de buena salud, mientras que alteraciones muy marcadas pueden ser signo de problemas muy graves. La mayoría de los ginecólogos concuerdan en que los periodos producidos cada tres o cinco semanas encuentran en los límites normales. Durante los primeros años después de la pubertad, y justo antes de la menopausia, estos tiempos pueden variar: enfermedades, cambios y emociones pueden incidir sobre la menstruación. Normalmente un período dura entre tres y cinco días, pero algunas mujeres lo experimentan un solo día y otras siete. La cantidad de sangre varía según la persona. Sin embargo, se ha calculado un promedio de 85 gramos por menstruación. Si la hemorragia se produce fuera de los términos normales de tiempo es aconsejable una consulta al ginecólogo. (*Guía Moderna en la Salud Femenina*, *Laura*, 1974).

Una mujer está bien ordenada cuando los ciclos duran más o menos 28 días, cuando no, hay un caos, un error, algo anormal atraviesa el cuerpo. Promedios, reglas muy cortas o muy largas, gramos de sangre adecuados, y una causa común de los trastornos que no se menciona. Luego se llama de nuevo a la calma porque las reglas poco abundantes o irregulares no deben ser razón para *envenenarse* a sí misma y pese a que se aclara que esa irregularidad o insuficiencia de la regla *no es causa de todos los males*, información necesaria para una sociedad que así la asimilaba, más abajo se menciona que todo puede influir en las reglas; la menstruación no es causa, pero sí puede verse afectada por cualquier condición:

Todo puede influir en las reglas: adelanto, atrasos modificación del flujo menstrual puede ser causada por una fuerte emoción, un viaje, un cambio de ambiente, una inflamación genital, por precauciones, trastornos hormonales (ováricos tiroideos etc.) actividad física, cambio de clima, resultados de un alumbramiento etc. (*Cromos*, 1968).

Este control sobre el sangrado menstrual, legitimado en la ciencia, permitió la emergencia de tecnologías diversas que se ajustaron a los días de sangrado, y al tiempo invitaron a las mujeres a que se ajustaran a unas prácticas disciplinadas, en las que se usaran mini-toallas de manera extendida:

La Stayfree que usted ya conoce si es para sus dos o tres primeros días de su periodo en los que el flujo es más intenso y usted necesita máxima protección. La nueva mini- toalla Stayfree se creó especialmente para sus últimos días de su periodo cuando todo lo que usted necesita es una ligera pero segura protección.

La regularidad no supuso solamente los días de sangrado, atravesó de esta manera la vida cotidiana, porque cualquier actividad se marcó como determinante para la salud menstrual; incluso se entendió la menstruación como un escenario de afectaciones psíquicas con un correlato físico; en la enciclopedia *El Mundo de la Mujer*, Tomo 1, de 1975 se encuentra:

Trastornos ginecológicos y psiquismo: El psiquismo ejerce una influencia importante en el desarrollo, evolución y curación de las enfermedades, por lo que es normal que algunas mujeres traduzcan los problemas que les plantean las reglas, las relaciones sexuales, los dolores del parto o los trastornos de la menopausia por: Dolores; trastornos menstruales; o una insensibilidad sexual. El hecho de que estas afectaciones pueden tener un origen psíquico, no debe hacer olvidar que con frecuencia se trata de una verdadera dolencia orgánica.

La preocupación por las alteraciones de la psiquis en relación con la menstruación, coincidieron con los enunciados sobre la *tensión* o *síndrome premenstrual*, en la medida que pusieron sobre lo corporal, causas emocionales que incluso generaron *insensibilidad sexual*. Esta visión está muy en diálogo con los malhumoramientos anunciados en la primera mitad del siglo XX y la idea de la mujer histérica, que requirió desde la medicina del siglo XIX, la estimulación del sabio médico para alcanzar el *paroxismo histérico*, hoy conocido como orgasmo. Esta tensión premenstrual se justificó desde la publicidad, con suplementos nutricionales para que las mujeres

fortalecieron su sangre durante la primera mitad del siglo XX y se formalizó como saber médico en tanto síndrome¹⁶, así:

algunos trastornos menores de la menstruación son también de origen psíquico: los ciclos demasiado largos (en ocasiones De 35 a 90 días); las reglas excesivamente cortas o poco abundantes; el síndrome premenstrual, si es intenso y persistente, comprende el conjunto de molestias que se presentan en los días que preceden a las reglas: tensión mamaria, congestión pélvica, aumento de peso, dolor de cabeza, modificación del carácter. (*El Mundo de la Mujer*, 1975)

Pero acá de nuevo está la tensión de la mujer moderna, anunciada como activa, segura, y a-menstrual, que, pese a ello, necesitó ser reparada; esta vez por medicamentos que silenciaran aquellos síntomas que desde el mismo discurso médico habían emergido, “Los nuevos medicamentos, están extendidos, para inhibir la ovulación, han proporcionado un gran alivio a esta manifestación dolorosa” (*El Mundo de la Mujer*, 1975). La necesidad de la medicina como saber reparador, no solo estuvo evidenciada en las afectaciones psíquicas, sino que, con ellas, fue una solución a dolores e irregularidades.

Esta necesidad se reforzó con la idea de la menstruación como inestabilidad emocional, enunciada desde ese periodo previo al sangrado, que incluyó síntomas como depresión, aumento de peso, e irritabilidad. En relación a ello, en 1966 el ginecólogo Robert A. Kinch escribía en el *American Journal of Obstetrics and Gynecology*: “La tensión premenstrual produce un nebuloso ciclo opresivo que impide que las mujeres funcionen desde la lógica armónica masculina” (p. 664, citado por Wilkerson, 1998, p.30). La perspectiva médica sobre la salud ubicó a las mujeres desde una determinación cíclica anormal o desviada, frente a una masculina no cíclica e ideal, no sólo se tomó la fisiología del hombre como medida ideal de la salud, sino que se enaltesió una supuesta lógica masculina como función ideal emocional (Wilkerson, 1998). La corporalidad

¹⁶ Es importante aclarar que hay una diferencia entre la tensión menstrual, termino acuñado por el ginecólogo norteamericano Robert Frank en 1931, que se planteó como causa de un incremento en la producción de hormonas durante el periodo previo al sangrado (Delaney, Lupton & Toth, 1988), hoy conocido como síndrome premenstrual, incluido en el CIE-10 (Clasificación Internacional de Enfermedades 10ª Edición) y describe síntomas como Inflamación de los senos, distensión abdominal, dolor de cabeza, diarrea, ansiedad, estabilidad emocional, entre otros, y se supone afecta entre un 30% y 80% de las mujeres en edad fértil. Si estos síntomas son severos, se considera Trastorno disfórico premenstrual, que se encuentra además en el Manual de diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales DSM IV.

legítima fue a-menstrual no sólo por no sangrar, sino por no permitirse como saludable ningún tipo de cambio emocional durante todo el mes; el tiempo se marcó justamente desde ese ciclo descrito como característica de las mujeres por menstruar.

La tensión premenstrual se legitimó desde la voz de los médicos expertos, a través de artículos escritos por mujeres, como el que sigue en la Revista *Buenhogar*, que cita precisamente el ginecólogo mencionado:

La Medicina al Día. Por Ana. La tensión premenstrual. Un especialista del hospital general de Montreal, Canadá, el doctor Robert Kinch, informa que los síntomas característicos de la tensión premenstrual, de modo especial la depresión mental, el aumento de peso y la irritabilidad, ciertamente se agravan en la mujer después de los 35 años. y recomienda, por consiguiente, que las que efectivamente experimentan tales síntomas, hagan un esfuerzo especial para organizar su tiempo y actividades en forma tal que, durante esos días premenstruales, eviten los trabajos más desagradables y pesados. (*Buenhogar*, 1975).

Estos artículos ubicaban las corporalidades menstruantes en los márgenes de la normalidad y anormalidad, expresada de manera específica como trastorno psíquico cuando contradecía la idealidad de una mujer feliz, tan sonriente en las imágenes publicitarias por el uso de tecnologías para la gestión menstrual y germicidas, o tan triste por su ausencia.

El tiempo menstrual fue entonces cíclico, reglado, las apreciaciones sobre el uso de tecnologías menstruales, y el saber sobre la menstruación se empezaron a posicionar como una urgencia para las mujeres, la explicación desde la medicina pretendió romper con los mitos y creencias sobre la misma, lo cual conicidía con la necesidad de la industria de toallas y tampones, para poder comercializarlos sin limitaciones morales. Tanto así, en un artículo publicado en 1975 en la *Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología*, y titulado *Actitudes y Conocimientos Sexuales directamente Relacionados con la Menstruacion y sus Creencias, en 8 colegios femeninos de Popayan*, se realizó un cuestionario con preguntas que dieran cuenta de *conocimientos mínimos necesarios para todo adolescente*, de cara al diseño e implementación de cursos de educación sexual en colegios. El formulario fue aplicado a alumnas de último grado de

varios colegios femeninos de la ciudad de Popayán. Sobre la pregunta por los mecanismos de producción de la menstruación se resalta:

a pesar del alto grado de instrucción de las encuestadas (59% son bachilleres) no se les enseñó o no asimilaron este concepto fundamental, elemental, indispensable en la formación de la mujer, puesto que el 44.10% fue incorrecto y el 59.90% no dieron información alguna por temor o manifestar su verdadera ignorancia. (...) Se notan numerosas creencias y prácticas en este grupo estudiantil recibidas por tradición de sus antepasados que perjudican notablemente el desarrollo y la conservación de un mejor estado de equilibrio sicosomático (...) Como consecuencia deben elaborarse programas educativos sobre la vida sexual de la mujer en forma multidisciplinaria en todas las clases sociales a nivel del hogar, primario, secundario y universitario respetando los patrones culturales.

Los cuerpos en regla, normados, puestos en orden desde la obstetricia y la gineocología, y reparados por las tecnologías para la gestión menstrual, se encontraron saludables sólo en tanto se permitieran esa reparación y cumplieran con los tiempos establecidos para los fluídos, los dolores en justas proporciones, la primera y última menstruación en el mes y en la vida entera. Todo ello se convirtió en un saber necesario, en el *deber* de conocer la verdad médica y biológica sobre la menstruación por parte de las mujeres. Se requirió socializar este saber en aras de romper con las explicaciones mágicas que perpetuaban la *ignorancia* y ponían en juego un *equilibrio sicosomático*. Un escenario que tal vez posibilitó la emergencia de la educación sexual en los albores de la década de los 80, como una necesidad social, en donde por supuesto también estaría en juego el control de la natalidad, en tensión constante con los reclamos de los movimientos de liberación de las mujeres que demandaban la maternidad como decisión, frente a la obligatoriedad que incluso la medicina a principio del siglo proclamaba como idealidad desde la perspectiva familista cristiana.

Capítulo IV

Conclusiones y aperturas

1. Las corporalidades menstruantes que se movilizaron para las mujeres de Bogotá, entre la década de 1965 a 1975, a través de las revistas *Cromos*, *Laura*, *Buenhogar* e *Ilusión*, devienen silenciadas, sucias, vergonzantes y secretas; un cuerpo menstrual que se oculta eficientemente y continúa sus ritmos productivos. La corporalidad menstrual se anunció como silencio, una corporalidad que sólo fue legítima cuando no menstruaba o como masculina, moderna, madre. Esto se relaciona con la propuesta de Bourdieu (1986) sobre los cuerpos ideales o legítimos y los cuerpos reales, en dos vías; por un lado, la corporalidad anunciada desde la publicidad no era menstrual, los anuncios como tal no tocaron la menstruación ni siquiera como un hecho biológico, menstruar fue ilegítimo, pese a que en efecto se estaba vendiendo un producto para mujeres que menstruaban, para esos cuerpos reales. Sólo alguna publicidad de tampones hizo referencia a la menstruación y apeló a la anatomía interna de las mujeres para exponer la manera en que se ubicaría el producto.

Por otro lado, la corporalidad que se legitimó fue una corporalidad activa, inquieta, y feliz, que era todo lo que se negaba cuando se mencionaba la menstruación, la regla, los achaques de mujer o las enfermedades propias de su sexo. Además, estas corporalidades fueron legitimadas a través de la idea de una mujer moderna y de clase alta, incluso la revista *Cromos* mencionaba en sus páginas: “Selectividad”, “Nuestro medio llega cada semana a las 33.000 familias más selectas de Colombia y de mayor poder adquisitivo”. “Anuncie en *Cromos*”. (Cromos, 1966).

Sin embargo, estos anuncios buscaron más bien defender los tampones como *tecnologías seguras* para las mujeres, teniendo en cuenta que su uso, incluso hoy en día, es bastante limitado, por el valor de la virginidad y la vagina como lugar innombrado, como pecado que no se explora desde la tradición judeo cristiana.

Fue justamente “lo desechable”, la característica que hizo atractivas las tecnologías para la gestión menstrual durante la primera mitad del siglo XX. La práctica de desecharse la sangre fue mostrada como beneficio simbólico, como la posibilidad de deshacerse de un cuerpo pasado de moda por utilizar artículos reusables, que, por la supuesta naturaleza del periodo menstrual, limitaba la posibilidad de circulación libre de las mujeres en la esfera pública. A medida que las toallas desechables sobre todo y los tampones en menor medida, fueron convirtiéndose en productos de uso cotidiano para la gestión menstrual, éstos se transformaron en aliados, en *protectores femeninos* dotados con una carga simbólica identificada en principio con lo masculino y lo occidental (Tarzibachi, 2017).

La medicina del siglo XX supuso un control exhaustivo de la corporalidad menstrual, mediante su enunciación como regla o ciclo, ya no como sangre sobrante o como sinónimo de ovulación, sino como sangre infértil y por tanto inútil. Sin embargo, estos discursos en conjunto reafirmarían la debilidad de la corporalidad e impulsarían un repudio mayor. La sangre inútil implicaba una ruptura con la idea mujer-madre, lo cual posibilitó la práctica de ocultación. La sangre azul en este sentido, no sólo fue una manera de ocultar el color real de la sangre, evidencia de ese repudio social hacia la menstruación misma, sino que, a modo de metáfora, como lo plantea Tarzibachi (2017), la sangre azul se refería a “esa que corre por las pieles de la aristocracia, la nobleza. Una sangre limpia, una sangre “de clase” (p. 127).

Resultado de ello es cómo se evoca la menstruación en la actualidad, con una toalla o tampón absorbiendo el líquido azul, atrapada en eufemismos como “en esos días”, “llegó Andrés”, “se reventó el tomate”, “llegó la visita”. En la revisión del archivo de esta investigación, apenas sí apareció la palabra menstruación en alguna publicidad. Su enunciación en la publicidad durante los años 60s y 70s, evidenció la idealización de la modernidad y con ello, la exclusividad que permitían las tecnologías para la gestión menstrual.

Los comerciales no apelaron a la normalidad o anormalidad directamente, como lo hicieron las Enciclopedias y artículos sobre la salud de las mujeres, pero sí desestimaron prácticas de vida por ser anticuadas, por perpetuar una supuesta angustia o “malhumoramiento” previos a las mujeres que menstrúan. La mujer moderna fue así la destinataria de la publicidad,

lo que implicó poseer un capital económico para acceder a esos dispositivos y además el deseo de obtenerlos, pues empezó a ser la manera correcta de gestionar la menstruación en una sociedad sofisticada. Los paños o trapitos, los remedios caseros para los dolores menstruales, o para las infecciones vaginales e incluso los ganchos que sostenían las toallas desechables, se afirmaron anticuados y en esa medida aludían a la pobreza, a un estatus social inferior. Sin embargo, el ideal de mujer moderna estuvo en quiebre, pues por un lado se exaltaron esos nuevos lugares de existencia para las mujeres, pero por otro se siguió acudiendo a los roles tradicionales para limitar la *feminidad*. Se alentaba al deporte, a la actividad, al trabajo, otorgando al cuerpo un sentido de libertad y al tiempo algunos artículos seguían restringiendo la práctica de algunos deportes para las mujeres, partiendo del riesgo de perder su feminidad.

2. En el marco del proceso de higienización del país, entrado el siglo XX, no se proclamó únicamente la limpieza del cuerpo en el sentido del baño o la exhaustividad en el lavado de cada superficie corporal; junto con ello, se designó la limpieza misma de la sociedad. La reivindicación de una pulcritud moral fue su objeto, a través de un servicio social que permitiera la prevención de la enfermedad, la rehabilitación y la *consolidación de la familia*; un sacrificio exaltadísimo, pero necesario para acabar con los vicios morales. La gestión de la higiene en tal sentido, implicó una limpieza sobre la moral, que se ejercía para las mujeres y desde ellas como esposas y madres, hacia la estructura familiar. De tal manera, la *falta de higiene* se convirtió en algo peligroso para la salud, pero también para la fuerte estructura primaria de la sociedad cristiana: la familia.

La bata blanca del saber médico no sólo curaba y prevenía enfermedades, sino que apelaba a la figura familiar como base estructurante de la sociedad moderna, símbolo de perfección, ejemplo y buenas costumbres, pureza obsesiva de la raza. A tal punto llegó la justificación de estos motivos, que sirvieron para la creación de una Escuela Superior de Higiene en Bogotá.

Por otro lado, se presentó una tensión sobre la protección y seguridad que ofrecieron los productos para la higiene genital durante los años 30, pues tuvieron que recurrir a la *seguridad* del producto sobre el *órgano* y su exaltación como delicado, para resguardar su compromiso con

la salud y la limpieza, teniendo en cuenta que algunos productos contenían incluso cianuro. La vagina se movilizó, sin ser nombrada, como superficie de inscripción de la higiene a toda costa, por su imagen de suciedad, por secretar fluidos -no solo la sangre menstrual-, pero además porque representó el pecado de la sexualidad de las mujeres, misterio y prohibición, el cual no podía siquiera nombrarse.

3. El discurso de liberación de las mujeres fue clave para la venta de tecnologías de gestión menstrual, porque por un lado se invitaba a la modernización de los cuerpos, situando como anticuados los trapitos y remedios caseros para la gestión de la menstruación, y por otro lado anunciaba estas tecnologías, cada vez más sofisticadas y diversas, como un salvavidas frente a la posibilidad de que la menstruación se hiciera pública, con límites expresos del lenguaje para nombrar el sangrado o la palabra menstruación. Las *tecnologías de gestión menstrual* facilitaron entonces el gran confinamiento de la sangre. La menstruación se encontró en la relación con la gestión de la vida cotidiana, desplegada por el *Gobierno de la Intimidad* (Castro, 2010), a través de la publicidad sobre tecnologías para la gestión menstrual. Ello implicó la optimización de sí mismas para cumplir con asuntos propios de su sexo, además de hacer deporte, trabajar, y estudiar.

La intimidad estuvo relacionada precisamente con la ocultación propia y efectiva de la sangre menstrual, para poder asumir esos roles que la sociedad moderna exigía a las mujeres. Se sostenía por la vergüenza que implicaba el menstruar, y la inseguridad se socializaba como estado emocional y corporal normal, ante la amenaza del derrame de la sangre, el accidente. Ello movilizó un ideal de cuerpo que identificaba a las potenciales consumidoras de toallas, tampones y antisépticos vaginales, para luego poner el cuerpo en escena pública, de tal manera que satisficiera a las mujeres mismas, las mostrara ante las demás con un estilo de vida de vanguardia, desde el ser a-menstruales, y por tanto activas, exitosas, seguras de sí mismas.

La *seguridad* y la *confianza* fue lo enunciado sobre el cuidado de sí, con respecto a la gestión de la limpieza y el control propio de la higiene corporal, a través de los germicidas vaginales, tanto en los años 30 y 40, como en los 60 y 70. Junto con la *protección*, por la *incomodidad* y *manchas* de los fluidos, y de manera especial del fluido de la sangre de

escandaloso color, vendrían a enunciarse simultáneamente los productos para la gestión menstrual, otorgando a las mujeres la responsabilidad de la gestión de una corporalidad limpia, sana y en correspondencia con esos roles que le permitirían felicidad: ser madre y esposa. Todo ello se dio en sincronía con circunstancias históricas de la segunda mitad del siglo: la posibilidad de votar, de usar píldoras anticonceptivas y estudiar diversas carreras profesionales, aspectos que se habían negado culturalmente para las mujeres.

Si bien la autogestión de la menstruación se posicionó bajo un ideal de libertad, de escoger usar un tipo de tecnología y a través de ello acceder a espacios que habían sido negados socialmente para las corporalidades menstruantes, se siguió ocultando la sangre y ello implicó no sólo la gestión de sí mismas, sino una práctica disciplinada sobre el cuerpo. La seguridad se constituyó como un discurso, agenciado desde la gestión del riesgo inminente de lo no higiénico, además del temor a la mancha de la M de menstruación, como letra escarlata, evidencia de un cuerpo que debe repararse. De tal manera, las tecnologías para la gestión menstrual no se movilizaron aquí desde “el eje ley-súbdito (prohibición), y tampoco en el eje norma-cuerpo (normación), sino en el eje riesgo-población (regulación)” (Castro, 2010, p.80).

La intimidad estuvo entonces en relación permanente con la vergüenza sobre la menstruación, pero además sobre el cuerpo de las mujeres en general, pues se acudió a ella también desde la higiene en los anuncios de antisépticos vaginales. La palabra menstruación apenas se nombró en algunos anuncios, su uso se limitó a artículos sobre la salud de las mujeres, encontrados en las revistas y enciclopedias, junto con la palabra *Regla* y *Periodo* y apenas un par de veces se mencionó la palabra sangre, relacionada específicamente con la sangre menstrual; la manera de referirse a la menstruación fue: “los días difíciles del mes”, “días de mujer”, “tus días”, “tus días problemáticos”, “aquellos días”.

4. La publicidad fue construyendo imaginarios anclados en sentidos como el olfato, la vista y el tacto, que validarían la corporalidad como a-menstrual, inolora, y prácticamente inexistente, si se tiene en cuenta que la vagina nunca se nombra, ni el útero, ni los ovarios, apenas si se menciona la menstruación, fortaleciendo de esta manera una negación estética de menstruar: no menstruar, o no parecerlo. Además, se movilizó la gestión del deseo, de los

sentimientos y las emociones. La necesidad de evitar la vergüenza fue una constante en los anuncios encontrados y su negación o superación implicó de facto una reproducción de la misma, porque las tecnologías se convirtieron en las salvadoras de esa incomodidad. Cual, si fuera una maldición, dicho ideal de sociedad limpia promovió la urgencia de su ocultamiento y la vergüenza siguió estando presente a través de su negación constante. En relación a las emociones, Maurizio Lazzarato (citado en Zuleta, et al, 2007) expone cómo se da el agenciamiento de estas desde la publicidad: “produce un cambio en la sensibilidad (transformación incorpórea) que crea una nueva evaluación: ha cambiado la distribución de los deseos. Se ve entonces lo que nuestra época tiene de intolerable y, simultáneamente, nuevas posibilidades de vida (son los sentidos de la mundialización que la lucha ha hecho emerger).” (p. 24).

Mientras se vende seguridad de movimiento, se vende a su vez inseguridad mental y estética. Con mensajes de hoy como *Kotex Colombia*: “Lo que una mujer puede ser o hacer depende de su ambición, voluntad, pasión, deseos. #ConOSinPeriodo, ella puede”. (Kotex, 2018). Las campañas publicitarias están cambiando su lenguaje, pero no la normalización de lo oculto, vergonzante con mezcla de lástima porque tenemos un cuerpo que sangra, porque el rojo, dice la campaña de la marca Nosotras (2018), sigue sonrojando a quienes pueden ensangrentar sus ropas. La vergüenza permite entender la subjetivación de las mujeres, como lo plantea Tarzibachi (2017), retomando a Young (2005 citado en Tarzibachi):

La regulación social del cuerpo menstrual a través de la vergüenza expone “normas sintomáticas de un estatus subordinado de las mujeres en nuestras sociedades”, que resulta injusto entre otras tantísimas cosas porque, a diferencia de otros fluidos y excreciones del cuerpo, salvo casos excepcionales, la menstruación es incontrolable. (p. 76).

La *alegría* y *felicidad* fueron lo contrario a la vergüenza, como estados emocionales idealizados, a través de imágenes de mujeres sonrientes por el uso de las tecnologías para la gestión menstrual, pues reparaban la corporalidad de esos *malhumoramientos* y *síntomas premenstruales*, que la misma medicina había creado desde la especialidad ginecobstetra en el

margen de lo normal masculino estático y lo anormal cíclico femenino, que luego implicaría la toma de medicamentos. Aunque sobre estos poco se encontró en la publicidad, de manera constante se apeló a la necesidad de reparar esa inestabilidad emocional asociada al tiempo menstrual cíclico de las mujeres. Las imágenes de los años 30 mostraron mujeres tristes y angustiadas por no usar los germicidas vaginales que anunciaron las revistas, pero en los años 60 y 70 la alegría fue la estética por excelencia. La felicidad y la alegría supusieron entonces una corporalidad ideal: si la menstruación implicó *amargura* y *mahlumoramientos*, el usar tecnologías como tampones y toallas reparaba ese estado, poniendo como estética corporal la *alegría*. Así lo recoge Tarzibachi (2017): “La estética de la alegría, el dominio o la seguridad sobre un cuerpo figurado como tan hermético que podía realizar movimientos enérgicos y expansivos, fue un modo de construir la idea de la libertad y la autonomía de las mujeres” (p.149)

5. La invitación de los anuncios a solicitar información adicional sobre los productos para la gestión menstrual, dió cuenta de una manera de circulación del saber, relacionada justamente con esa intimidad resaltada. Se comunicaba de manera confidencial mientras se solicitaba la marca de toallas que se estaban usando y se invitaba a la instrucción sobre la menstruación desde el paso por la *pubertad*. La educación sobre la menstruación desde los folletos se dirigió a la madre o directamente a la mujer que menstruaba; en este sentido, la educación sexual fue responsabilidad de las madres en el espacio íntimo y privado, al tiempo que se posicionaba la menstruación como verdad biológica desde el discurso médico. Se legitimó una sólo manera de entenderla, presentando por ejemplo como hecho insólito, que las adolescentes de los colegios de Popayán no conocieran sobre ese *concepto fundamental e indispensable en la formación de la mujer*, aún cuando apenas estaba siendo nombrada en la publicidad, que supuestamente educaba a las mujeres. Estas fueron tal vez, algunas condiciones de posibilidad para que se hiciera urgente, en los albores de la década de los 80, una instrucción sexual con libreto biomédico para los colegios y los hogares colombianos.

6. Las técnicas de limpieza, confianza y seguridad instaladas sobre los cuerpos que menstruaban, ejercieron control y acumularon prácticas colectivas, claves para la producción

económica, materializando en el cuerpo su regulación para el trabajo. El tiempo marcó seguridad, menstruar en tiempos diferentes fue signo de una mujer enferma, había que seguir la regla. No han sido solo los muros lo que han posibilitado en tal sentido la disciplina, pues la corporalidad menstrual de las mujeres estuvo encerrada en las tecnologías y controlada por dichos tiempos, definidos desde la obstetricia y la ginecología como verdad biológica; así el ciclo marcó la marginalidad, por mostrar transformación emocional y se enunció como anormal, como un síndrome. Las corporalidades menstruantes fueron encerradas en la ética capitalista del tiempo. Entonces menstruar fue más *fácil* y permitió otras actividades para las mujeres, aunque se siguieran negando precisamente por su aparente *debilidad*.

En este mismo sentido, se encuentra el tiempo como componente biopolítico de limpieza, seguridad y confianza en la gestión menstrual, y su influencia en la corporalidad. Con sutiles técnicas generaron procesos de normalización, configurando cuerpos productivos, seguros, sanos y felices. Se redujo la vida al cuerpo que menstrúa, cuando sangra y cuando no también, y al tiempo, a ser transacción económica permanente. La publicidad hizo entonces parte del engranaje, reinventando conexiones emocionales que sirvieron a las tecnologías neoliberales. Por esto la idea de libertad, en últimas fue un discurso moderno que atravesó el cuerpo, tanto por los antisépticos vaginales de los años 30, como la vida y corporalidad ideal agenciada por la publicidad sobre tecnologías para la gestión menstrual durante los años 60 y 70.

4.1. Provocando posibilidades

Estas turbulencias sobre la normalización del cuerpo, se suman a resistencias corporales de muchas mujeres como personas, sea que menstrúan o no, porque “no todas las mujeres menstrúan y no sólo las mujeres menstrúan”, tal como lo menciona Tarzibachi (2017) retomando a Bobel (2010, citado en Tarzibachi, 2017, p.260). Esto ha permitido en las últimas décadas un debate sobre la menstruación como escenario de poder, como performance, e incluso como posibilidad para deconstruir el género. A su vez, tales discusiones han movilizado cada vez más en el mercado opciones como copas menstruales, compresas y calzones reutilizables, que

permiten incluso tocar la sangre y tener la opción de preguntar qué hacer con ella, viendo a la menstruación sin repudio y no solo desechándola.

Esta es una oportunidad para mirar con desconfianza las prácticas tan sutiles de hoy, que separan las rígidas estructuras de los asuntos públicos y los asuntos privados. También permite inquietar a otras y otros, en la exploración o acercamiento a otras subjetividades alrededor de lo corporal, sobre el cuerpo, para el cuerpo y desde el cuerpo, como experiencia social y política, como resistencia, como campo de disputa en el cual se pelea consigo mismo para no gobernarse, o al menos hacerlo consciente.

Desde hace unos años se viene hablando del *sangrado libre*, en donde las mujeres han decidido dejar que su sangre fluya sin hacer uso de las tecnologías que se han mencionado o el mismo uso de la copa menstrual, que se ha venido popularizando en los países de América Latina desde la segunda década del siglo XXI. Por supuesto estas acciones darán lugar a otras maneras de disciplinamiento del cuerpo, ¿tal vez un señalamiento a las mujeres no ecológicas?, teniendo en cuenta que las tecnologías menstruales dejan una marca imborrable en la tierra, y que, como residuos sanitarios, por lo menos en Colombia, no han logrado tener una disposición final diferente a los rellenos sanitarios y botaderos a lo largo y ancho del país. De ello queda otro interrogante: ¿Habría una tensión entre el sangrado libre y los grupos de mujeres que por ausencia de recursos no acceden a los dispositivos descartables para la gestión menstrual?

Cuando en algunos países se debaten políticas públicas para proveer de tecnologías de gestión menstrual a todas las mujeres en edad menstruante, como es el caso de la Provincia de Ushuaia en Argentina, en Colombia se disputan los impuestos a estos productos, generando mayor brecha para las mujeres, desde la denominada “pobreza menstrual”, que recae en quienes no poseen las condiciones económicas para comprar apósitos y mucho menos una copa menstrual o toallas lavables. En tal sentido ¿Cómo aproximar desde este primer pincelazo menstrual, temas de equidad y acceso a las tecnologías hoy en Colombia? ¿Es un asunto del orden del desarrollo y el progreso? ¿Asistimos a una revolución menstrual o apenas estamos caminando sobre reflexiones que nos permitan ubicar en el cuerpo el poder y mercado?

Por lo pronto, la publicidad escudriñada desde este ensayo genealógico, nos ha permitido encontrar rota la promesa de la modernidad sobre las corporalidades menstruales, a través de enunciados paralelos sobre cuerpos seguros y sanos, pero al mismo tiempo vulnerables y vulnerados por el bisturí médico y las toxinas de los germicidas; cuerpos frágiles y débiles y al tiempo útiles para el mercado, activos y confiados, cuerpos íntimos y avergonzados, a la vez que ignorantes por no conocerse a sí mismos.

Indudablemente este trabajo es una apertura a múltiples posibilidades de diálogo con mujeres, hombres y comunidades que vienen reconociendo y construyendo otras visiones sobre las corporalidades. Por tanto, este ejercicio investigativo y analítico pretende promover la reflexión colectiva entre personas de distinta edad, condiciones, expectativas, experiencias y búsquedas. El material estudiado y el análisis hecho aquí podrán servir de insumo, para generar debate y reflexión en quienes comparten ambientes escolares o laborales en colegios, empresas, barrios, universidades y colectivos, para que sean los cuerpos, los sentimientos y el pensamiento los que permitan ejercer la libertad, en miras a dignificar el ser.

Referencias

- Alarcón, M. A. (2005). Algunas consideraciones antropológicas y religiosas alrededor de la menstruación. *Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología*. 56 (1), 35-45.
- Alarcón, M. A., Blanco, L. (2006). Creencias, actitudes y vivencias mágicas alrededor de la menstruación entre las mujeres de Bucaramanga. *Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología*. 57 (1), 19-26.
- Arendt, H. (1997). *¿Qué es la política?* Barcelona: Paidós.
- Arango, J. (1978). Signos. Medellín. Ediciones Universidad de Antioquia – Extension cultural
- Aveda, E. (2006). *Capitalizing on The Curse*. The Bussiness of Menstruaction. Colorado: Lynne Rienner Publishers.
- Barrera, O. (2011). El Cuerpo en Marx, Bourdieu y Foucault. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 6(11), 121-137. Recuperado el día 11 de junio de 2018, de la Fuente: <http://www.redalyc.org/pdf/2110/211019068007.pdf>
- Barrientos R. D. (2009). Kimberly, 40 años en Colombia. *El Mundo*. Recuperado el día 15 de julio de 2017, de la Fuente: <http://www.elmundo.com/portal/resultados/detalles/?idx=114395>
- Bermúdez, T., Carvalho, M. H. (2016). *Letra Escarlata, estudios sobre la representación de la menstruación*. Berlín: Frank & Timme.
- Bohórquez, B., Aguirre, J. (2010) Mujeres y dignidad humana. Antecedentes en el Sistema Interamericano y en el Derecho constitucional de Colombia. *Reflexión Política* 12(23) Recuperado el día 10 de mayo de 2018, de la Fuente: [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-MujeresYDignidadHumanaAntecedentesEnElSistemaInter-3268460%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-MujeresYDignidadHumanaAntecedentesEnElSistemaInter-3268460%20(1).pdf)
- Bourdieu, P. (1986). Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo. En *Materiales de Sociología Crítica*. Madrid: La Piqueta.
- Bourdieu, P. (1999). *Meditaciones Pascalianas*. Barcelona: Anagrama.
- Brouille, P. A. (1887). *Lección clínica en la Salpêtrière*. [Óleo sobre lienzo]. Recuperado el día 16 de julio de 2018, de la Fuente: <https://franciscojaviertostado.com/2013/03/27/la-medicina-en-el-arte-pintura-un-caso-de-histeria/>
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del 'sexo'*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Canales, J. (2012). *La Arqueología del Saber de Michel Foucault o la Caja de Herramientas: Un Análisis Enunciativo de Resistencia a los Dispositivos*. (Tesis de pregrado) Universidad de Chile, Santiago, Chile. Recuperado el día 12 de septiembre de 2018, de la Fuente: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111480/Canales%20Javiera.pdf?sequence=1>
- Castro, E. (2005). *El vocabulario de Michel Foucault*. Un recorrido alfabético por sus temas, conceptos y autores. Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado el día 6 de junio de

- 2018, de la Fuente:
http://www.cieg.unam.mx/lecturas_formacion/sexualidades/modulo_9/sesion_1/complementaria/Edgardo_Castro_El_vocabulario_de_Michel_Foucault.pdf
- Castro-Gómez, S. (2010) *Historia de la Gubernamentalidad*. Razón de Estado, liberalismo y neoliberalismo en Michel Foucault. Bogotá: Siglo del Hombre.
- Cortéz, S., Marván, M., & Lama, C. (2006). Análisis de la publicidad de productos relacionados con la menstruación en revistas dirigidas a adolescentes. *Psicología y Salud, Instituto de Investigaciones Psicológicas, Universidad Veracruzana*. 14(001), 113-120, ISSN: 1405-109
- Csordas, T. J. (1990). Embodiment as a Paradigm for Anthropology. *American Anthropological Association*, 18(1), 5-47. Recuperado el día 01 de mayo de 2018, de la Fuente:
<https://www-jstor-org.ezproxy.unal.edu.co/stable/640395>
- Cuevas, A., Cuauhtemoc, C., Herrán, S., Hernández, I., Paredes, O., Paradas, A. (2010). Higiene íntima femenina y vaginosis bacteriana. Encuesta Epidemiológica Latinoamericana 2008. *Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología* 61(3), 198-205. Recuperado el día 11 de junio de 2018, de la Fuente:
<https://revista.fecolsog.org/index.php/rcog/article/view/265/270>
- De Sousa Santos, B. (2005). *El milenio huérfano*. Ensayos sobre una nueva cultura política. Bogotá: Editorial Trotta / Ilsa.
- Duch, L. y Melich, J. C. (2012). *Escenarios de la Corporeidad*. *Antropología de la vida cotidiana* 2/1. Madrid: Trotta
- Escribano, J. (2011). Fenomenología y antropología de la corporalidad en Bernhard Waldenfels. *Ética & Política / Ethics & Politics*, XIII, 1, pp. 86-98. Recuperado el día 10 de mayo de 2018, de la Fuente:
https://www.openstarts.units.it/bitstream/10077/5631/1/Escribano_E%26P_XIII_2011_1.pdf
- Eve, E. (2016). *Monólogos De La Vagina*. Barcelona: Planeta.
- Felitti, K. (2016). El ciclo menstrual en el siglo XXI. Entre el mercado, la ecología y el poder femenino. *Revista de Sexualidad, Salud y Sociedad*. On-line versión ISSN 1984-6487: Río de Janeiro. Recuperado el día 02 de febrero del 2018, de la Fuente:
http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1984-64872016000100175&script=sci_arttext&tlng=es#B6
- Foucault, M. (1979). *Microfísica del poder*. Madrid: Ediciones La Piqueta.
- Foucault, M. (1998). *Los cuerpos dóciles en Vigilar y Castigar*. España: Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (1999). *La gubernamentalidad*. En Obras esenciales. Volumen III: Estética, ética y hermenéutica. Barcelona: Paidós.
- Foucault, M. (2006). *Genealogía del Racismo*. Argentina: Editorial Altamira.
- Foucault, M. (2009). *Vigilar y Castigar*. México: Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (2010). *Arqueología del saber*. México: Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (2014). *Nietzsche, la Genealogía, la Historia*. España: Pre-textos.
- Freidenfelds, L. (2009). *The Modern Period. Menstruation in Twentieth-Century America*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

- Gallego, J. (1999). Se vende: hombres y mujeres en publicidad. *El Ciervo*, 48(582/583), 32-33. Recuperado el día 8 de julio de 2018, de la Fuente: <https://www.jstor.org/stable/40822512>
- Gómez, L. M., Salive, M. C. (2012) Pliegues y reverses: mujeres, publicidad y concepciones del cuerpo y el vestido en Bogotá, 1920-1930. *Revista La Manzana de la Discordia*, 7(2), 71-82. DOI: <https://doi.org/10.25100/lamanzanadeladiscordia.v7i2.1563>
- Gómez, L. (2008). *Tres ideas de lo moderno en la concepción del hogar: Bogotá, años cincuenta*. Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Artes.
- Grupo Familia (s.f.) *El Grupo Familia en la Historia*. Colombia: Grupo Familia. Recuperado el día 15 de febrero de 2018, de la Fuente: <http://www.grupofamilia.com.co/es/grupo/Paginas/historia-grupo-familia.aspx>
- Guillo, M (2013). La incorporación de la investigación: políticas de la menstruación y cuerpos (re) productivos. *Nómadas*, (39), 233-245.
- Herrera, C. X. y Ojeda, C. M. (2016). El amor y aquello de ser mujer: aproximaciones a la configuración de lo femenino en la escuela colombiana (siglos XIX y XX). *Actualidades Pedagógicas*, (67), 115-133. DOI: <http://dx.doi.org/10.19052/ap.3733>
- Houppert, K. (2000). *La menstruación: Desmontando el último Tabú femenino*. Juventud: Barcelona
- Johnson & Johnson (s.f.) *En Colombia, Nuestra Historia*. Colombia: Johnson & Johnson de Colombia S.A. Recuperado el día 15 de febrero de 2018, de la Fuente: <https://www.jnjcolombia.com/rhnuestra-historia-colombia>
- Kohen, M., Meinardi, E. (2016). Problematizando las Enseñanzas sobre la menstruación en la escuela: lo disimulado, lo negativo, lo silenciado. *Biografía, Escritos sobre la Biología y su Enseñanza*, 9(16), 179-183. Recuperado el día 11 de junio de 2018, de la Fuente: <file:///C:/Users/User/Downloads/4508-12578-1-SM.pdf>
- Lasprilla, V. A. (2009). *Chagras y Mujeres Indígenas: significado y función del trabajo femenino en la comunidad indígena Ticuna*. San Sebastián de los Lagos. (Tesis de Maestría) Universidad Nacional de Colombia, Leticia Amazonas. Recuperado el día 13 de septiembre de 2018 de la Fuente: <http://www.bdigital.unal.edu.co/6631/3/victoriaandrealasprillalopez.2009.parte1.pdf>
- Levítico (1960). *La Santa Biblia*. Antigua versión de Casiodoro de Reina (1569) revisada por Cipriano de Valera (1602) otras revisiones: 1862, 1909 y 1960.
- López, J.J. y López Aliño J.J. (1974). *El cuerpo y la corporalidad*. Madrid: Gredos. Recuperado el día 10 de mayo de 2018, la Fuente: <https://es.scribd.com/document/212553299/El-Cuerpo-y-La-Corporalidad-Lopez-Ibor>
- Mazzoldi, M. (2004). Simbolismo del ritual de paso femenino entre los Wayuu de la alta Guajira. *Revista Magaré*, (18), 241-26. Recuperado el día 12 de septiembre de 2018, de la Fuente: <http://bdigital.unal.edu.co/16110/1/10946-24195-1-PB.pdf>
- Millán de Benavides, C; Estrada, A. (2004). *Pensar (en) género: teoría y práctica para nuevas cartografías del cuerpo*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

- Morales, C. Correal, C. (2016). Creencias y Vivencias de Mujeres Adultas Sobre la Menstruación en el Municipio de Cota, Colombia. *Revista Salud Bosque*, 6(1), 55-64. Recuperado el día 1 de junio de 2018, de la Fuente: http://m.uelbosque.edu.co/sites/default/files/publicaciones/revistas/revista_salud_bosque/volumen6_numero1/007_Articulo5_Vol6_No1.pdf
- Morey, M. (1990). Sobre El Estilo Filosófico De Michel Foucault. Una Crítica De Lo Normal. En: Balibier, E. (Et.Al): *Michel Foucault, Filósofo*.
- Muñoz, D. L. (2017) Menstruación y patriarcado: discursos de poder en los carteles de baños de mujeres. *Revista Contextos* (38), 129-143, ISSN: 0719-1014.
- Navarro, M. (2002) *Cuerpos Invisibles, Cuerpos Necesarios*. Cuerpos de Mujeres en la Biblia: Exogénesis y Psicología. Tierra Nueva: España. Recuperado el día 6 de mayo de 2018, de la fuente: <https://es.scribd.com/document/247061172/192097187-Navarro-Mercedes-Cuerpos-Invisibles-Cuerpos-Necesarios-doc>
- Nieves, O. V. (2012). Foucault, el poder y la psicopatologización de las mujeres: coordenadas para el debate. *Teoría y crítica de la psicología* 2, 148–159. ISSN: 2116-3480
- Ochoa, G. (2014). Prácticas culturales relativas a la reproducción humana en Colombia. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 32, (Número Especial). Recuperado el día 3 de mayo de 2018, de la Fuente: <file:///C:/Users/User/Downloads/21161-76798-1-PB.pdf>
- Ochoa, J. M. (2015) *Cubrirla de flores para que no parezca de hierro, Producción y reproducción de la heterosexualidad en la prensa escrita colombiana 1920 -1925*. (Tesis de maestría). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Escuela de Estudios de Género.
- Peláez, M. M. (s.f.). Derechos Políticos y Ciudadanía de las Mujeres En Colombia: *Cincuenta Años Del Voto Femenino*. Recuperado el día 1 de noviembre de 2018, de la fuente: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xH9Cj1O5ouAJ:pmayobre.webs.uvigo.es/textos/margarita_pelaez/voto_colombianas.doc+&cd=9&hl=es&ct=clnk&gl=co
- Pessi, M. S. (2010). Tabú y Publicidad. El titular en avisos publicitarios gráficos de productos para el período menstrual (1930-1955). *Revista Electrónica de estudios filosóficos*, N° 19 ISSN 1577-6921. Recuperado el día 3 de febrero de 2018, de la fuente: <http://www.um.es/tonosdigital/znum19/secciones/estudios-19-tabu.htm>
- Preciado, B. (2009). La invención del género, o el tecnocordero que devora a los lobos. En *Conversaciones Feministas, Biopolítica*. Recuperado el día 15 de septiembre de 2018, de la Fuente http://www.ms.gba.gov.ar/ssps/residencias/biblio/PreciadoB_Biopolitica_genero.pdf
- Quiñonez, J. A. (2017). *Sentir los Cuerpos Socialmente: El Imaginario de la Menstruación en el Círculo de Mujeres 13 Lunas* (trabajo de titulación de pregrado). Quito, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado el día 11 de junio de 2018, de la Fuente: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14481/1/UPS-QT11909.pdf>
- Ramírez, M. (2010). *La mujer en la historia de la educación superior en Colombia*. Recuperado el día 01 de noviembre de 2018, de la fuente: <https://noticias.universia.net.co/vida-universitaria/noticia/2010/03/08/258244/mujer-historia-educacion-superior-colombia.html>

- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles*. Estrategias del desencanto. Bogotá: Editorial Norma.
- Restrepo, V., & López, S., & Vélez, B. (2000). Sangre: Valencia Cultural e Identidades Juveniles en el Contexto Colombiano. *Nómadas*, (13), 126-134. Recuperado el día 10 de agosto, de la Fuente: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105115264011>
- Rincón, E. (2016). Las Mujeres según la Publicidad de los años 20. *Colección Académica de Ciencias Sociales*, 3(1), 53-66. Recuperado el día 8 de julio de 2018, de la Fuente: <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciassociales/article/view/6194/5684>
- Ríos, A. (2018). Conozca en qué consiste Juntas somos más fuertes, de la marca Nosotras. *Revista P&M*. Recuperado el día 10 octubre de 2018, de la Fuente: <https://www.revistapym.com.co/comunicacion/juntas-somos-mas-fuertes>
- Rodríguez, I. (2016) El cuerpo como principio de libertad en Spinoza. *Daimon. Revista Internacional de filosofía*, Suplemento 5. Recuperado el día 24 de agosto de 2018. <http://dx.doi.org/10.6018/daimon/269451>.
- Reguillo, R. (2007) *Estrategias del desencanto*. La emergencia de culturas juveniles en Latinoamérica. Bogotá: Editorial Norma.
- Sibilia, P. (2009). *El hombre Postorgánico*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Stein, E., Kim, S. (2009). *Flow: The Cultural History of Menstruation*. New York: St. Martin's Griffin.
- Sutton, B. (2017). *Zonas de clandestinidad y políticas del cuerpo*. Recuperado el día 22 de agosto de 2018, de la fuente <file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/40009-170020-1-PB.pdf>
- Tarziabachi, E. (2016). Usos comerciales y transnacionales del etiquetamiento menstrual y la liberación femenina. Las primeras publicidades de tampones o.b. en Estados Unidos y Argentina (1977-1978). *Revista Razón y Palabra*, 20(1-92), 1002-1029. Recuperado el día 13 de febrero de 2018, de la fuente: <http://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/840>
- Tarziabachi, E. (2017). *Cosa de mujeres. Menstruación, género y poder*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Tovar, P. (2014a). *De Historias, Histerias e Histerectomías: La construcción de los discursos médicos y los imaginarios sobre la reproducción femenina*. Seminario hacia una Agenda sobre Sexualidad y Derechos Humanos en Colombia. Bogotá: Centro de Estudios Sociales, Universidad Nacional de Colombia, Centro Latinoamericano de Sexualidad y Derechos Humanos. Recuperado el día 11 de junio de 2018, de la Fuente: <http://www.clam.org.br/uploads/contenido/semsexcolombia.pdf>
- Tovar, P. (2014b). El Cuerpo Subordinado y Politizado: reflexión crítica sobre género y antropología médica. *Revista Colombiana de Antropología*, 40 (enero-diciembre), 253-282.
- Veyne P. (1984). *Cómo se escribe la historia. Foucault revoluciona la historia*. Madrid: Alianza.

- Viveros, M. (1999). Saberes y Dolores Secretos. Mujeres, Salud e Identidad. En *Antología Latinoamericana y del Caribe: Mujer y Género, Periodo 80 – 90*. Universidad De Costa Rica, 2, 191-207. ISBN: 9992436024
- Vostral, S. (2008). *Under Wraps: A History of Menstrual Hygiene Technology*. (Bajo Envolturas: Una Historia sobre las Tecnologías de Higiene Menstrual) Lexington Books. DOI: 10.1080/00497878.2011.537993
- Weiss-Wolf, J. (2017). *Periods gone Public. Talking a stand for Menstrual Equity*. New York: Arcade Publishing.
- Zuleta, M., Cubides, H., Escobar, R. (2007) *¿Uno o varios mundos? Diferencias, subjetividad y conocimiento en las ciencias sociales contemporáneas*. Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.

Fuentes primarias

- Bayer. (1930) *Cromos*, [Publicidad impresa]. *Cafiaspirina*. Bogotá
- Bayer. (1968) *Cromos*, [Publicidad impresa]. *Cafiaspirina*. Bogotá
- Bejarano, J (1932) Exposición de motivos sobre la Ley que Crea la Escuela Superior de higiene. *Revista de la Facultad de Medicina*, 1(4), 228-230 DOI: 10.15446/revfacmed
- Boletín Bibliográfico, (1933) Universidad Nacional, Facultad de Medicina-Biblioteca. *Revista de la Facultad de Medicina*, 2(4), 273-293 ISSN electrónico 2357-3848. ISSN impreso 0120-0011.
- Buenhogar* (1975). Artículo *La Medicina al Día*. Por Ana. Bogotá.
- Caballero, V. (1968) *Cromos*, Vilma, Temas en Relieve - La Mujer en el Siglo XX
- Cromos* (1973) Sección Cromoellas, *Deporte y Belleza femeninas*. Bogotá
- Cromos* (1975) Artículo. *¿Qué esconde la Chanel?* de Oscar Castaño. Bogotá.
- Dif. (1974). [Publicidad impresa]. Dif desodorante íntimo femenino. *Cromos*. Bogotá
- Dr. Chase (1940). [publicidad impresa] *Mujeres de cuarenta años*. *Cromos*. Bogotá.
- Ilusión*. (1968) *La comprensión Femenina, Ilusión*. Bogotá
- Ilusión* (1967).
- Johnson & Johnson (1966). [Publicidad impresa]. Modess-Alegre, confiada, sin preocupaciones con Modess. *Cromos*. Bogotá
- Johnson & Johnson (1967). [Publicidad impresa]. Modess- Sólo usted y Modess lo saben. *Cromos*. Bogotá
- Johnson & Johnson (1967). [Publicidad impresa]. Modess- Sólo usted y Modess lo saben *Cromos*. Bogotá
- Johnson & Johnson (1967). [Publicidad impresa]. Modess-Alegre...confiada sin preocupaciones con Modess. *Cromos*. Bogotá
- Johnson & Johnson (1974). [Publicidad impresa]. Pequeñas cosas capaces de cambiar definitivamente su vida. Los tampones o.b. *Buenhogar*. Bogotá
- Johnson & Johnson (1974). [publicidad impresa]. *Steyfree hace tus días más libre y seguros*, *Buenhogar*. Bogotá.
- Johnson & Johnson (1975). [publicidad impresa]. Steyfree autoadhesible. *Buenhogar*. Bogotá.
- Kimberly Clark Corporation (1974). [publicidad impresa]. *Kotex Liberté-autoadhesivas* *Buenhogar*. Bogotá.
- Kimberly Clark Corporation. (1964) *Kotex En los estudios... Hay una que se siente tan bien como las demás*. *Cromos*, Colombia
- Kimberly Clark Corporation. (1965) *Kotex*. En los deportes... Hay una que se siente tan bien como las demás. *Cromos*, Bogotá.
- Kimberly Clark Corporation. (1973) Nuevas toallas sanitarias Secreto, más suaves...más absorbentes...más económicas...y". *Cromos*, Bogotá.
- Laboratorio Chatelain. (1936). [publicidad impresa] *Fandorine contra las enfermedades de la mujer*. *Cromos*, Bogotá.

- Laboratorio JGB. (1965). [publicidad impresa] *¿Confiada? Gyneben Para la higiene íntima de la mujer*, Cromos. Bogotá.
- Laboratorio JGB. (1965). [publicidad impresa] *¿Fresca? Gyneben Para la higiene íntima de la mujer*, Cromos. Bogotá.
- LaboratorioS JGB. (1969). *Nunca más. Una historia ÍNTIMA*. Cromos. Bogotá.
- LaboratorioS JGB. (1969). *He cambiado para ti. Una historia ÍNTIMA*. Cromos. Bogotá.
- Los Polvos Venus (1940). [publicidad impresa] *Los Polvos Venus*. Cromos, Bogotá.
- Norforms (1964, octubre). [publicidad impresa] *Noticia importante para la mujer casada*. Cromos. Bogotá.
- Nosotras. (2018). [Twitter] *#ElRojoNoMeSonroja*, 6 de junio de 2018. Bogotá.
- Ovulos Padco (1940) [publicidad impresa] *No sufra en silencio. Óvulos Padco*. Cromos. Bogotá.
- Ovulos Padco (1940) [publicidad impresa] *No sufra en silencio*. Cromos. Bogotá.
- Píldoras tocológicas del Dr. Bolet (1940). [publicidad impresa] *La salud de la mujer*. Cromos, Bogotá.
- Revista Ilusión* (1967,) Columna de opinión. Los derechos de la mujer. Junio 4.
- Revista Ilusión* (1967,) Columna de opinión. Nuevos deberes, nuevos derechos. Agosto 5
- Tampax incorporated (1964). *Tampax, la moderna protección sanitaria, usado por las mujeres que saben y triunfan*. Cromos. Bogotá.
- Tampax incorporated (1975). [Publicidad impresa]. *Eres o demasiado joven o demasiado mayor*. Tampax la protección interna en más mujeres confían. *Buenhogar*. Bogotá
- Tampax incorporated (1975). [Publicidad impresa]. Fiesta playera. Tampax la protección interna en más mujeres confían. *Buenhogar*. Bogotá
- Tampax incorporated (1975). [Publicidad impresa]. Mujeres dignas de admirar. *Buenhogar*, Bogotá
- Tampax incorporated (1975). [Publicidad impresa]. *Tú el mar y el verano*. Tampax la protección interna en más mujeres confían. *Buenhogar*. Bogotá
- Trichontine (1966) [publicidad impresa] *Señora, su felicidad puede estar en peligro*. Cromos, Bogotá.
- Wills, O. (1969). *¿Cómo deben intervenir las mujeres en las campañas electorales?* Cromos, agosto 12.
- Zonite (1949). [Publicidad impresa] *Las mujeres no necesitan angustiarse*, Cromos. Bogotá.

Anexos



To Save Men's Lives Science Discovered

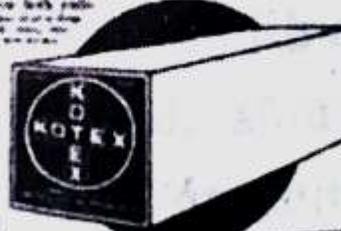
KOTEX

A War Emergency

Permanent Peace-Time Utility

The Cost is Almost Nothing

Cellucotton Products Company
 Department 20
 Neenah, Wisconsin



Inexpensive, Comfortable, Hygienic and Safe - KOTEX

Figura 1: Kotex, 1921, Museum of menstrucation & women's health. <http://www.mum.org/>



Figura 2: Anuncio *Nosotras*, septiembre de 2018. Ubicado en el Portal de las Américas en Bogotá.
Fotografía propia.

FANDORINE

contra las enfermedades de la mujer

80 % de las mujeres
no están satisfechas
de su salud



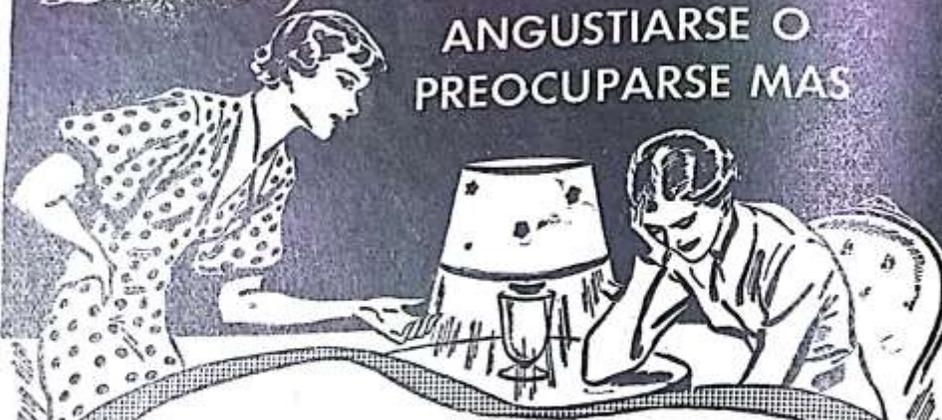
Metritis
Hemorragias
Fogajes
Edad critica

Etablissements CHATELAIN
Prouverores de los
Hospitales de Paris
2 av. Rue de Valenciennes
PARIS

La Fandorine preserva a la mujer
de los males de su sexo

Figura 3: Fandorine (Cromos, 1936)

Las Mujeres No Necesitan
ANGUSTIARSE O PREOCUPARSE MAS



Esa ansiedad que por tantos años ha intranquilizado a las mujeres en lo que respecta a su higiene íntima no debe existir más.

Hoy día mujeres exigentes emplean **ZONITE** en su aseo personal. Su penetrante acción antiséptica, segura y eficiente, les da una inapreciable seguridad. Ni tan sólo se les ocurre volver a usar compuestos anticuados y peligrosos tales como ácido carbólico, bicloruro de mercurio, etc. que frecuentemente lesionan las membranas, lastiman los tejidos e interrumpen las funciones normales. Emplean sólo Zonite, potente, seguro y eficiente, pero inofensivo. De venta en todas las farmacias.

6ZS26

ESTE CIERTA



USE SOLO

Zonite

ESTE SEGURA

Figura 4: Zonite, Cromos 1949

A black and white advertisement for Padco Ovocianuro capsules. On the left is a stippled illustration of a woman's face, looking upwards with her eyes closed. To the right, the text reads: **NO SUFRA EN SILENCIO**
Las afecciones íntimas, como vaginitis, leucorrea (flores blancas), flujos, etc. pueden tratarse cómoda y eficazmente con
OVULOS PADCO AL OXICIANURO
Tres tamaños: Para señoras, señoritas y niñas
Inofensivos • Indoloros • No Manchan • No Huelen

Figura 5: Óvulos Padco, Cromos, 1940



Figura 6: Un caso de histeria. Lección clínica en la Salpêtrière (1887). Musée d'Histoire de la Médecine de la Universidad Descartes, París.

CONFIADA ?

La confianza en si mismo es indispensable para el éxito en toda actividad. Esa seguridad, usted sólo la adquiere cuando se siente verdaderamente limpia. El baño corriente y los productos comunes no le aseguran completa limpieza. Por eso, es tan necesario usar GYNEBEN, el moderno antiséptico vaginal que le brinda protección y limpieza total en su higiene íntima, sin irritar sus delicadas tejidos. Una ducha de GYNEBEN es muy eficaz, porque GYNEBEN contiene ingredientes especiales que protegen y desodorizan, asegurando su limpieza, frescura y tranquilidad en todo momento. Solicite GYNEBEN en farmacias y droguerías, en frasco de 130 gramos a sólo \$ 5.20 o en cómodos sobres de una dosis a \$ 0.70.

Gyneben
Para la higiene íntima de la mujer.

\$0.70 \$5.20

Figura 7: Gyneben, Cromos, 1965

Sé libre!!

Stayfree®
hace tus días
más libres
y seguros...!

Dice Judy Henríquez,
conocida actriz de Televisión.

NUEVA
Stayfree®
El toallas femeninas
auto-adheribles
y su protección

franja adhesiva

Con STAYFREE, la nueva toalla femenina auto-adherible, creada por JOHNSON & JOHNSON la mujer moderna es más libre y activa.

Porque STAYFREE, se adhiere firmemente al pantalón, gracias a su original franja adhesiva, que termina para siempre con el uso de ganchos molestos y cinturonos especiales.

STAYFREE, da mayor libertad de acción porque no se mueve de su sitio.

Además, STAYFREE, brinda absoluta comodidad y seguridad, porque es la única toalla auto-adherible con protección plástica trilaterial, que cubre toda posibilidad de filtración, aún en los costados.

Sé libre y activa... siempre con STAYFREE.

Stayfree®

la única toalla Auto-Adherible con Protección Plástica Trilateral. © Johnson & Johnson

Figura 8: Stayfree, Buenhogar, 1974

Nuevas Toallas Femeninas Kotex Liberté Únicas Autoadhesivas

sin ganchos
sin cinturones
segura !



TOALLAS FEMENINAS

Kotex
Liberté
autoadhesivas
con desodorante

TOALLAS FEMENINAS

Kotex Liberté
UNICO DISTRIBUIDOR EN
MÉXICO

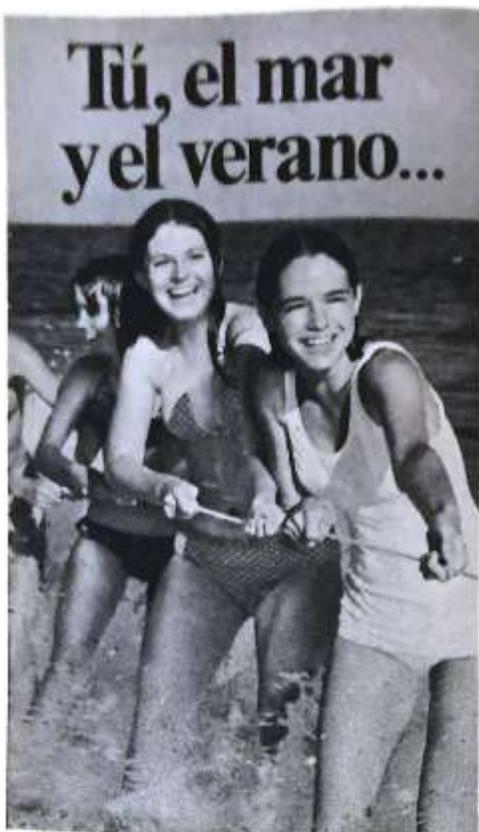
...ntase íntimamente libre... sin ganchos...
...cinturones... con la nueva toalla femenina
...KOTEX - LIBERTE AUTOADHESIVA que le
...da doble seguridad, porque trae doble
...adhesiva que la fija fácilmente a
...pantalon.

...nueva toalla KOTEX - LIBERTE AUTO-
...ADHESIVA tiene desodorante. No se nota
...se mueve. Se adapta perfectamente a su
...cuerpo y usted se siente mas cómoda...
...protegida... íntimamente libre

...Kotex Liberté

La toalla autoadhesiva que se fija a su prenda femenina.

Figura 9: Kotex, Buenhogar, 1974



Si tú eres una chica que vive el verano en el mar, nadando y retozando en las olas, entonces probablemente conoces los tampones Tampax. Son la protección sanitaria que llevas internamente, lo que significa que te dejan libre para disfrutar los deportes acuáticos mientras te protegen. Son seguros, cómodos, invisibles. Desde el primer día de tu período mensual. La natación—otra buena razón más para confiar en los tampones Tampax.



La protección interna
en que más mujeres confían

IDEADOS POR UN MÉDICO
USADOS AHORA POR MILLONES DE MUJERES
MANUFACTURADOS SÓLO POR TAMPAX INCORPORATED

Figura 10: Tampax, Buenhogar, 1975



FIESTA PLAYERA

Cuando toda la pandilla se reúne en su arenal favorito, es la ocasión natural para una fiesta playera. Así que, toma tu equipo de playa y únete.

No te olvides incluir tampones Tampax. Como se llevan internamente y son tan seguros, nadie sabrá que tienes tu período. Al no llevar bulto alguno bajo tu traje de baño, podrás correr, zambullir y nadar libremente. Sin olor alguno que te haga sentir turbada y consciente de ti misma.

Los aficionados al sol y natación como tú, buscan la protección de los tampones Tampax, porque les permiten llevar una vida totalmente activa. Y cuando la playa es tu manera de vivir, esa es razón suficiente para una fiesta.



La protección interna
en que más mujeres confían

IDEADOS POR UN MÉDICO
USADOS AHORA POR MILLONES DE MUJERES
MANUFACTURADOS SÓLO POR TAMPAX INCORPORATED

Figura 11: Tampax, Buenhogar, 1975

Su período tiene dos fases:

Otra ligera

Una intensa



Por eso Stayfree le ofrece dos tipos de protección

Para los días de mayor flujo
Auto-adherible con protección plástica tri lateral.

La Stayfree que usted ya conoce es ideal para esos días o tres primeros días de su período en los que el flujo es más intenso y usted necesita máxima protección.

La nueva Mini-toalla Stayfree se usa especialmente para esos últimos días de su período cuando todo lo que usted necesita es una ligera pero segura protección.

Nueva Mini-toalla Stayfree, también es adherible, con protección plástica tri lateral y absorción suficiente para su total seguridad.

Para los días de escasa menstruación
Auto-adherible con protección plástica tri lateral.

La nueva Mini-toalla Stayfree es más ligera y discreta que cualquier otra toalla. Tan cómoda que usted se olvidará de que la usa. Tan es así, que millones de mujeres en el mundo la usan aun todos los días, sólo para proteger su ropa íntima y sentirse así, más libre, más ligera, más femeninas.

Nueva Mini-toalla Stayfree, máxima comodidad y seguridad para esos últimos días en los que cualquier toalla femenina es excesiva.

Stayfree®

Figura 12: Stayfree, Buenhogar, 1975

en los estudios...

HAY UNA que se siente tan bien como las demás.

* ... y es porque la toalla femenina **Kotex**

le dá seguridad para actuar como ellos!
Kotex es la toalla sanitaria que se distingue por su PROTECCION LATERAL
 EXTREMOS APLANADOS
 CAPA DE SEGURIDAD RESISTENTE A LA HUMEDAD.

* KOTEX es marca registrada de Kimberly Clark Corp. Distribuidoras J.G.B. Cali

Solicite gratis el folleto "SOLO PARA TI" en Laboratorios J.G.B. Cali

Figura 13: Kotex, Cromos, 1964

en los deportes...

HAY UNA que se siente tan activa como las demas.

*
... y es porque la toalla femenina **Kotex**

le dá seguridad para actuar como ellas!
Kotex es la toalla sanitaria que se distingue por su PROTECCION LATERAL EXTREMOS APLANADOS CAPA DE SEGURIDAD RESISTENTE A LA HUMEDAD.

Sellado gratis al folleto "SOLO PARA TI"
Laboratorios J.G.B. Cali

KOTEX es marca registrada de Kimberly Clark Corp. Distribuidores J.G.B. Cali

Figura 14: Kotex, Cromos, 1965

nuevas toallas sanitarias

Secretó

más suaves...
más absorbentes...
más económicas...y

HECHAS POR LOS
FABRICANTES DE
Kleenex

SECRETÓ Y KLEENEX. Hechas por los fabricantes Kleenex - Clark Gable

Figura 15: *Secretó*, Cromos 1973



Figura 16: Una historia INTIMA, Cromos, 1969

ENCANTADORA
¡GRACIAS! ES EL PRIMER CUMPLIDO QUE ME HACES.

NO LES CONOCIAMOS ESAS HABILIDADES.

ME GUSTARÍA QUE NOS VIÉRAMOS MÁS A MENUDO.
POR QUÉ NO? CUANDO LO QUIERAS DEJAMELO SABER.

¿HAY ALGO QUE NO ACABO DE ENTENDER. CÓMO HAN LOGRADO ESTE MARAVILLOSO CAMBIO?
ES UN SECRETO.

DESPUÉS EL PRESENTIMIENTO DE QUE PREPARAMOS A COMPRENDERNOS.
¿QUE ALLÍ TAMBIÉN HUBO UN CAMBIO?

SÓLO ELAS CONOCIAN EL SECRETO PORQUE INTIMA ESTABA AHORA SECRETAMENTE LIGADA A SUS VIDAS Y POR FIN PODÍAN CONTAR CON TODOS SUS DÍAS DE MUJER.

INTIMA es la nueva toalla sanitaria
 la mujer que quiere contar con
 sus días de mujer.
 INTIMA tiene doce toallas
 INTIMA es la nueva toalla sanitaria
 que están usando.

Distribuido por LABORATORIOS J. G. B. de Cali.

intima

INTIMA

INTIMA

Figura 17: Una historia INTIMA, Cromos, 1969



Figura 18: Una historia INTIMA, Cromos, 1969

TENEMOS PASEO ESTA TARDE A LA
 FINCA DE MIS ABUELOS Y ME GUS-
 TARIA QUE ME ACOMPAÑARAS.
 MONTAREMOS A CABALLO, NADAREMOS...
 ¡OH CARLOS! ESO SERÍA
 MARAVILLOSO!
 VAYA! ME AGRADA MUCHO OÍSTE HABLAR ASÍ.
 NO SÍGUESE LA MISMA ARGUMENTOS DE ANTES.
 YA VENÍ! COMO NOS VAMOS A DIVERTIR!
 YA LO CREO.
 QUE FELIZ ME SIEN-
 TO DE SABER QUE
 NO ME TOMA POR
 LA AMARGADA DE
 ANTES.
 TE RECOGERÉ A LAS
 ONCE Y MEDIA, ¿OK?
 ESTARÉ LISTA.
 AHORA PIEDAD CONTABA
 CON TODOS SUS DIAS DE
 MUJER GRACIAS A INTIMA.
 SABÍA QUE CON INTIMA
 PODÍA SER MÁS NATURAL,
 MÁS CONFIADA, EN UNA
 PALABRA... MÁS MUJER.
 PORQUE INTIMA ESTA-
 BA SECRETAMENTE LI-
 GADA A SU FELICIDAD.

ERES ADORABLE
 PIEDAD

INTIMA es la nueva toalla sanitaria
 para la mujer que quiere contar con
 todos sus días de mujer.
 INTIMA tiene doce toallas
 INTIMA es la nueva toalla sanitaria
 que ellas están usando.

distribuida por LABORATORIOS J.G.B. de Cali.

intima

Figura 19: Una historia INTIMA, Cromos, 1969



Eres o demasiado joven o demasiado mayor.

Siempre suele haber alguien que diga una cosa o la otra sobre casi todo lo que tú haces. Dirán que eres demasiado mayor para montar en los caballitos. O que eres demasiado joven para usar los tampones Tampax. Y algunas veces se equivocan.

Más y más muchachas usan desde el comienzo los tampones Tampax porque dan protección invisible y son seguros y cómodos. Cada cajita viene con instrucciones completas y sencillas.

Si tienes edad suficiente para necesitar protección mensual, probablemente tienes edad para usar los tampones Tampax.



La protección interna
en que más mujeres confían



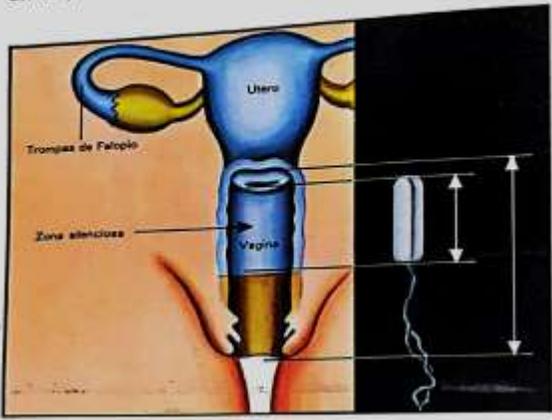
IDEADOS POR UN MÉDICO
USADOS AHORA POR MILLONES DE MUJERES
LOS TAMPONES TAMPAX SON MANUFACTURADOS SÓLO POR TAMPAX INCORPORATED

Figura 20: Tampax, Buenhogar, 1975

Pequeñas cosas capaces de cambiar definitivamente su vida. Los Tampones o.b.



Ese periodo, manifestación natural de su femi-
nidad, le crea muchas veces complicaciones, que le
obligan a privarse de sus actividades corrientes.
Los Tampones o.b., son la protección menstrual más
higiénica, cómoda y segura para la mujer de hoy.
Por eso también su vida!
Los Tampones o.b., son tan pequeños que caben
en la palma de su mano.



Utero
Trompas de Falopio
Zona silenciosa
Vagina

La anatomía femenina

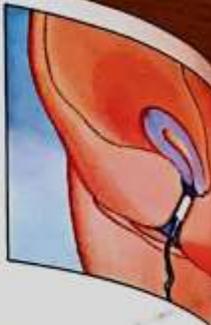
En la parte alta de la vagina, existe una zona,
donde prácticamente no hay nervios sensitivos, de-
nominada zona silenciosa; allí se aloja el Tampón
o.b., sin causar molestias, porque no se siente.



10 Tampones
o.b.

Protección
higiénica.

Como el Tampón
o.b., se usa interna-
mente se ajusta de-
licadamente a las pa-
redes de la vagina.
Allí absorbe totalmen-
te el flujo sin exponerlo
al contacto con el aire;
de esta manera evita la
formación de olores
desagradables.



Seguridad

o.b. se expande
vemente al contac-
to con el flujo. (Usted
lo podrá comprobar
haciendo este sencillo
experimento).
o.b., es tan
que ni siquiera los
exteriores de la
podrán impedirlo.



Comodidad.

El Tampón o.b., no se
desliza ni con los mo-
vimientos más bruscos.
No se ve, por eso us-
ted puede vestir prendas
ajustadas como, slacks,
shorts, bikinis, etc.
Con o.b., usted puede
practicar sus deportes
favoritos, hasta, nadar!
Pruebe o.b., y olvídense.
En cada empaque Ud. encontrará instruccio-
nes completas, para su uso.
De venta en droguerías y auto-servicios.
Si desea información adicional, envíe el
adjunto.



Señoras
Johnson & Johnson
Depto. Educativa
Apartado Aéreo 8530,
CALI

CONFES

Por favor envíeme gratis el folleto -TODO LO QUE
SABER SOBRE TU CUERPO Y LOS TAMPONES A B-

NOMBRE

DIRECCION BARRIO

OCCUPACION

ESTADO CIVIL

CIUDAD

Figura 21: O.B. Buenhogar, 1974

Si hay algo que usted desea saber o si desea educar a una hija que se aproxima a la edad de la pubertad, envíe este cupón a Johnson & Johnson de Colombia Apartado Aéreo 1806, Barranquilla indicándonos el sistema de protección sanitaria que está usando actualmente. A vuelta de correo le enviaremos el interesante libro ilustrado "ADOLESCENCIA".

Les ruego me envíen mi copia del libro "ADOLESCENCIA" de acuerdo a las siguientes indicaciones: (C)

Nombre.....

Dirección.....

Mi edad es.....y actualmente estoy usando.....
para mi protección sanitaria (indicar marca por favor)

Figura 22: Modess, Cromos, 1966

rocío
de frescura
y
seguridad

DIF

Solución al problema más íntimo y delicado de la mujer!

desodorante
íntimo
femenino....

El desodorante de la mujer moderna segura, delicada.

Tranquilidad para los 31 días del mes.

DIF un rocío finamente perfumado para la intimidad de la mujer cuidadosa.
DIF más suave, más efectivo.

Figura 23: *Dif*, Cromos, 1974



Alegre...
confiada...
Sin preocupaciones

Con
Modess®

nueva cubierta de...
SUAVIDAD MAGICA

Las afamadas toallas higiénicas **MODESS®** con **SUAVIDAD MAGICA**, ahora en su nuevo y lujoso empaque, son garantía de la más completa y cómoda seguridad, por su doble absorberencia y la calidad extra-suave de su delicada textura.

Compare estas cualidades de **MODESS®** con la protección que le proporcionan las toallas que actualmente está usando...Se convencerá de que no hay precio que pueda compensar la tranquilidad y comodidad que le brinda **MODESS®** con la nueva cubierta de **SUAVIDAD MAGICA**.

PIDA **Modess®**
en su nuevo y lujoso empaque

otro producto de calidad.
Johnson & Johnson

Si hay algo que usted desea saber o si desea obtener a una hora que se aproxima a la edad de la pubertad, envíe este cupón a Johnson & Johnson, de Colombia Apartado Aéreo 180, Barranquilla indicando el sistema de protección sanitaria que está usando actualmente. A cambio de cinco de sus toallas al momento de recibir el libro "ADOLESCENCIA".

Le entregaremos en un sobre con libro "ADOLESCENCIA" de acuerdo a las siguientes indicaciones:

Nombre.....
Dirección.....
Mi edad es..... y actualmente estoy usando.....
para mi protección sanitaria (Indicar marca, por favor)

Figura 24: Modess, Cromos, 1966



Alegre...
confiada

Sin preocupaciones
con
Modess®

nueva cubierta de...
SUAVIDAD MAGICA!

Las afamadas toallas higiénicas **MODESS®** con **SUAVIDAD MAGICA**, ahora en su nuevo y lujoso empaque, son garantía de la más completa y cómoda seguridad, por su doble absorberencia y la calidad extra-suave de su delicada textura.

Compare estas cualidades de **MODESS®** con la protección que le proporcionan las toallas que actualmente está usando...Se convencerá de que no hay precio que pueda compensar la tranquilidad y comodidad que le brinda **MODESS®** con la nueva cubierta de **SUAVIDAD MAGICA**.

PIDA **Modess®**
en su nuevo y lujoso empaque.

otro producto de calidad.
Johnson & Johnson

Si hay algo que usted desea saber o si desea obtener a una hora que se aproxima a la edad de la pubertad, envíe este cupón a Johnson & Johnson de Colombia Apartado Aéreo 180, Barranquilla indicando el sistema de protección sanitaria que está usando actualmente. A cambio de cinco de sus toallas al momento de recibir el libro "ADOLESCENCIA".

Le entregaremos en un sobre con libro "ADOLESCENCIA" de acuerdo a las siguientes indicaciones:

Nombre.....
Dirección.....
Mi edad es..... y actualmente estoy usando.....
para mi protección sanitaria (Indicar marca, por favor)

Figura 25: Modess, Cromos, 1966

Sólo usted y Modess® lo saben




EL SECRETO QUEDARA ENTRE USTED Y Modess®...ASI PASARA DIAS TRANQUILOS, SEGUROS, FELICES, DISFRUTANDO DE LA VIDA...SIEMPRE..!

Modess®... la moderna y exclusiva toalla sanitaria de calidad extrasuave, le proporciona absoluta protección, absorvencia total, completa comodidad.

Se convencerá que no hay precio que pueda compensar la tranquilidad y seguridad que le brinda Modess® con su cubierta de SUAVIDAD MAGICA.

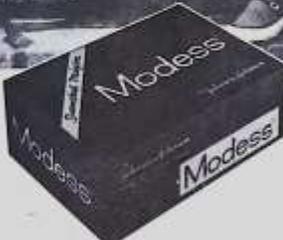
Exija Modess® en sus lujosos empaques de 10 y 5 toallas sanitarias.

Modess®
MAXIMA PROTECCION MODERNA

Otro producto de calidad **Johnson & Johnson**

Figura 26: Modess, Cromos, 1967

Sólo usted y Modess® lo saben

EL SECRETO QUEDARA ENTRE USTED Y Modess®...ASI PASARA DIAS TRANQUILOS, SEGUROS, FELICES, DISFRUTANDO DE LA VIDA...SIEMPRE..!

Modess®... la moderna y exclusiva toalla sanitaria de calidad extrasuave, le proporciona absoluta protección, absorvencia total, completa comodidad.

Se convencerá que no hay precio que pueda compensar la tranquilidad y seguridad que le brinda Modess® con su cubierta de SUAVIDAD MAGICA.

Exija Modess® en sus lujosos empaques de 10 y 5 toallas sanitarias.

Modess®
MAXIMA PROTECCION MODERNA

Otro producto de calidad **Johnson & Johnson**

Figura 27: Modess, Cromos, 1967

Alegre... confiada
sin preocupaciones
con Modess®



nueva cubierta de...
SUAVIDAD MAGICA!

Las afamadas toallas higiénicas MODESS® con SUAVIDAD MAGICA, ahora en su nuevo y lujoso empaque, son garantía de la más completa y cómoda seguridad, por su doble absorbencia y la calidad extra-suave de su delicada textura.

Compare estas cualidades de MODESS® con la protección que le proporcionan las toallas que actualmente está usando... Se convencerá de que no hay precio que pueda compensar la tranquilidad y comodidad que le brinda MODESS® con la nueva cubierta de SUAVIDAD MAGICA.

PIEDA Modess®
en su nuevo y lujoso empaque.

otro producto de calidad
Johnson & Johnson



Si hay algo que usted desea saber o si desea escribir a una hija que se aproxima a la edad de la pubertad, envíe una tarjeta a Johnson & Johnson, Depto. Científico, Apartado Aéreo 190, Nueva York, N.Y. 10019, para recibir gratis un folleto que le ayudará a comprender la adolescencia. A nadie se cobra la preparación de materiales de este tipo. Folleto: ADOLESCENCIA.

La información contenida en este folleto es de carácter informativo y no constituye un diagnóstico ni una recomendación de tratamiento. Consulte a su médico si tiene alguna duda.

Nombre: _____
Dirección: _____
Edad de: _____ y profesión: _____
para el proveedor: Johnson & Johnson (N.Y. 10019)

Figura 28: Modess, Cromos, 1967



Figura 29: Kotex, Cromos, 1966



Figura 30: Kotex, Cromos, 1966



Figura 31: Kotex, Cromos, 1966



Figura 32: Kotex, Cromos, 1967



**MUJERES
DIGNAS DE
ADMIRAR.**

Hay que admirar a las chicas sobresalientes que ambicionan subir hasta la cumbre. A las chicas con excitantes carreras profesionales.

La seguridad crea confianza. Y nadie puede sentirse segura en el trabajo si interfieren otras preocupaciones. Como la menstruación.

Confía en los tampones Tampax. Como los usas internamente, no tienes que preocuparte por el olor, que se caigan y otras incomodidades. Dejarán tu mente libre para concentrarte en cosas más importantes.

Las chicas que admiras siempre parecen seguras de sí mismas. Y los tampones Tampax las ayudan a sentirse así, aun en los días difíciles del mes.



La protección interna en que más mujeres confían

ph

IDEADOS POR UN MÉDICO
USADOS AHORA POR MILLONES DE MUJERES.
MANUFACTURADOS SÓLO POR TAMPAX INCORPORATED

Figura 33: *Tampax*, Buenhogar, 1975