Cíclica y la copa menstrual argentina

Historia, propuestas y desafíos del movimiento *Maggacup*

Cyclic and the argentinian menstrual cup

History, proposals and challenges of the *Maggacup* movement.

Karina Felitti
Instituto Interdisciplinario de Estudios de Género
Facultad de Filosofía y Letras - UBA
karinafelitti@gmail.com

Fecha de recepción: 22/12/2016
Fecha de aceptación: 11/07/2017

Resumen

Este artículo analiza los antecedentes, objetivos y acciones de la empresa argentina *Cíclica*, la cual desde 2013 fabrica y comercializa *Maggacup*, la primera y hasta ahora única copa menstrual reutilizable de producción nacional. El desarrollo de esta empresa es ubicado en un escenario en el que convergen nociones de emprendedorismo empresarial, ecologismo, espiritualidad Nueva Era y premisas de empoderamiento femenino que pueden relacionarse con la figura de la diosa y/o con consignas feministas de autonomía corporal y cuidado de la salud. Se trata de un estudio cualitativo basado en el análisis de la comunicación institucional de la empresa (página de internet, facebook, blog), entrevistas a sus dos fundadoras y el relevamiento de tres actividades realizadas por *Cíclica* entre 2013 y 2016 para conmemorar el Día Mundial de la Higiene Menstrual.

Palabras clave: Menstruación, Empresa, Salud, Ecología, Empoderamiento, Mujeres.

Abstract

This article analyzes the backgrounds, goals and activities of the argentinean company *Cíclica*, which since 2013 has been manufacturing and marketing *Maggacup*, the first and so far only Argentinean reusable menstrual cup. The development of this company is located in a scenario which brings together notions of entrepreneurship, environmentalism, New Age spirituality and women's empowerment connected to the figure of the goddess and/or with feminist slogans about bodily autonomy and health care. This is a qualitative study based on the analysis of the company's institutional communication (website, facebook, blog), interviews with its two founders, and ethnographic records of three activities carried out by *Cíclica* between 2013 and 2016 for commemorating the Menstrual Hygiene Day.

Key words: Menstruation, Business, Enviromentalism, Women's Empowerment.

Introducción

Desde hace unas décadas, en la Argentina, los movimientos de mujeres, feministas y de diversidad sexual cobraron protagonismo y los temas de género y sexualidad se instalaron en la agenda de discusión pública. Los debates previos a la aprobación de diferentes leyes y programas que garantizan derechos sexuales y reproductivos,[1] las discusiones acerca de su efectiva implementación y las propuestas para lograr la legalización del aborto,[2] han ubicado a estos movimientos en lugares visibles y activos. Asimismo, las manifestaciones masivas que denuncian los feminicidios y la violencia de género y exigen medidas concretas para su erradicación, especialmente las que desde junio de 2015 se aglutinan en torno a la consigna "Ni Una Menos", son parte de este escenario en el cual las mujeres –las que se reconocen como feministas y las que no– se movilizan y exigen el reconocimiento de sus derechos y garantías para ejercerlos.

Es en este escenario social y político en el que debemos situar las acciones que proponen valorar positivamente la menstruación y ampliar las opciones para *gestionar el sangrado* (formulación que va imponiéndose como una aproximación neutra y técnica que reemplaza y coexiste con la noción de "higiene femenina"). Ya en las décadas de 1960 y 1970 el movimiento por la salud de las mujeres de los Estados Unidos había incluido este tema en su agenda[3], mientras que la producción académica fue abordándolo desde la historia sociocultural, de las tecnologías y de las mujeres[4]. Los estudios de salud, por su parte, se concentraron en la menarquia, la menopausia y los trastornos del ciclo –especialmente en el llamado síndrome premenstrual– y prestaron menos atención a las experiencias cotidianas de las mujeres con sus ciclos.[5] Incluso la edición de 1973 del famoso libro *Nuestros Cuerpos, Nuestras Vidas* (*Our bodies, ourselves*) producido por el Boston Women's Health Book Collective, hablaba más de los productos que podían usarse durante el sangrado sin entrar a discutir la "política de la menstruación" (Bobel, 2010: 47).

En la Argentina, si bien las caracterizaciones negativas de la mujer menstruante y su patologización fueron rechazadas por el feminismo de la Segunda Ola en su apuesta por la revalorización de la sexualidad y la autonomía personal, la necesidad de lograr el acceso a la anticoncepción y al aborto hizo que este tema no fuera prioritario[6]. Esta situación ha cambiado recientemente: las integrantes de *Economía Femini(s)ta -un grupo que trabaja en la producción, organización y difusión de información económica desde una perspectiva de género*[7]- junto con la diputada Victoria Donda, presentaron un proyecto que propone la quita del IVA (Impuesto al Valor Agregado) a los productos de "higiene

[1] Por ejemplo, el *Programa Nacional de Salud Sexual y Procreación Responsable* (Ley nº 25.673/2002), la llamada *Ley de parto humanizado* (Ley nº 25.929/2004), de contracepción quirúrgica (Ley nº 26.130/2006), el *Programa Nacional de Educación Sexual Integral* (Ley nº 26.150/2006); la ley para prevenir sancionar y erradicar la violencia de género (Ley nº 26.485/2009), el matrimonio igualitario (Ley nº 26.618 y Decreto 1054/10), la ley de identidad de género (Ley nº 26.743) y la ley de fertilización asistida (Ley nº 28.862), entre otras.

[2] Desde fines del siglo XIX en la Argentina el aborto es ilegal y según el artículo 86 del Código Penal de 1921, solo se considera no punible si tiene el fin de evitar un peligro para la vida o la salud de la "madre" y *si el embarazo proviene de una violación o de un atentado al pudor cometido sobre una mujer idiota o demente*. En 2012, la Corte Suprema de Justicia aclaró que toda mujer que resultara embarazada como producto de una violación debía tener acceso a un aborto no punible sin necesidad de intervención judicial y exhortó a que cada jurisdicción redactase su propio protocolo de atención para garantizarlo. Este fallo resultó un avance en un contexto todavía restrictivo, en el que también intervienen organizaciones feministas, de mujeres y sociales que facilitan el acceso al aborto con misoprostol (Ramos; Romero y Aizemberg, 2014).

[3] En los años setenta las feministas de California hicieron diarios fotográficos de las variaciones del cérvix, diseñaron manuales de salud con contenido político, examinaron la menstruación con microscopio, construyeron un dispositivo para practicar abortos, formaron grupos de inseminación artificial, bajo el imperativo de apoderarse de los significados de la reproducción a partir de otra biopolítica (Murphy, 212)

[4] Sin pretensión de exhaustividad pueden mencionarse algunos trabajos de referencia, además de los que más adelante se citan: Bobel y Kissling, 2011; Buckley y Gottlieb, 1988; Delaney, Lupton y Toth, 1988; Finguerson, 2006; Freidenfelds, 2009; Fahs, 2016; Kissling, 2006; Patterson, 2013; Vostral, 2008. Cabe mencionar también la creación en 1977 de la Sociedad para la Investigación del Ciclo Menstrual -*Society for Menstrual Cycle Research*- que reúne a personas dedicadas a la investigación, la política, el activismo, el arte, con intereses en el papel de la salud menstrual y ovulatoria a lo largo de la vida (*http://www.menstruationresearch.org/*).

[5] Así lo señalan para el caso español Blázquez Rodríguez y Bolaños Gallardo (2017).

[6] En 1988, como parte de *Mitominas II*, la artista Ilse Fuskova presento la obra *Los mitos de la sangre*, que incluía una serie de fotografías de dos mujeres pintándose con sangre menstrual que fue finalmente censurada. En una entrevista reciente Fuskova recordó que durante la inauguración: *con Susana Muñoz, una amiga cineasta, preparamos unos canapés muy... elegantes. Tomamos una bandeja y, en forma delicada, la llenamos de lechuga, tomate, una salsita y... tampones. Pasábamos y ofrecíamos, y los varones –¡que no sabían lo que era un tampón!– se los metían en la boca. Claro que cuando eso ocurría nosotras ya estábamos en la otra punta...* (Treibel, 2015).

[7] *http://economiafeminita.com/*

menstrual" y su distribución gratuita en ámbitos educativos, carcelarios, de salud y refugios. En el contexto de conmemoraciones del 8 de marzo de 2017, bajo el nombre de *#MenstruAcción*, organizaron una campaña que incluyó, además de esta presentación legislativa, la colecta de productos para la gestión del sangrado menstrual y acciones de concientización sobre la importancia de este tema.[8] A su vez, la academia local da muestras de un creciente interés en este campo con los estudios antropológicos sobre las experiencias menstruales de mujeres guaraníes del norte de la Argentina (Hirsch y Fitte, 2015) y de mujeres tobas (Tola, 2012 y Citro, 2008), la aproximación histórica de Tarzibachi (2015, 2016 y 2017) sobre genealogía del cuerpo menstrual en Estados Unidos y Argentina entre 1920 y 1980, y la investigación en curso de Rohatsch (2013) sobre las vivencias de niñas y adolescentes y sus relaciones con la industria cultural.

Estas referencias confirman que las reflexiones, reclamos y acciones en relación a la menstruación tienen un contexto y una historia, pero en el verano del 2015 un hecho fortuito ofreció una oportunidad para discutir sobre esta cuestión de manera amplificada. En pleno período de vacaciones estivales los tampones comenzaron a escasear en el mercado argentino y esto provocó un estallido de acusaciones contra el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015), cuya política de importaciones estaba obstaculizando que las mujeres disfrutaran del mar y las piscinas. En este escenario, la menstruación se tematizó por primera vez de modo central y extendido en la prensa nacional -con amplia repercusión en los medios internacionales- y la copa menstrual se instaló como una alternativa ante la situación de "emergencia". Fue en este contexto en el que *Maggacup*, el producto que fabrica y comercializa la empresa argentina *Cíclica*, se difundió más allá de los circuitos ecológicos, espirituales y alternativos en los que ya circulaba desde 2013 (Página/12, 2015; La Nación 2015a y 2015b; El Cronista Comercial, 2015; Clarín, 2015).

Junto con las toallas de tela y los tampones de esponja marina, la copa integra un segmento del mercado de productos de gestión del sangrado menstrual que se presenta como ecológico y saludable (Felitti, 2016). A su vez, estos consumos suelen conectarse con un enfoque espiritual: la sangre deja de considerarse un elemento de potencial peligro para pasar a ser un fluido esencial que emana de una mujer diosa (Ramírez Morales, 2016). En paralelo, y generalmente en sintonía con esta mirada, circulan libros y documentales que destacan los significados sociales, culturales y religiosos del ciclo menstrual, cuestionan su estigmatización y presentan interpretaciones positivas. Asimismo, se generan espacios de intercambio sobre las experiencias menstruales -virtuales (blogs, grupos de Facebook) o presenciales (talleres de menstruación y de ginecología natural, carpas rojas, círculos de mujeres)- que proponen asociaciones entre la menstruación, la "naturaleza femenina" y el empoderamiento, y también se ofrecen servicios de *coaching* para "capitalizar" las distintas características de las etapas del ciclo menstrual.

Este artículo analiza los antecedentes, objetivos y acciones de *Cíclica*, la empresa que fabrica y comercializa en Argentina *Maggacup*, la primera copa menstrual reutilizable de producción nacional. El producto y la empresa se ubican en este escenario político, social, cultural y espiritual en el que convergen: la defensa del medio ambiente; nociones de emprendedorismo y subjetivación que caracterizan a la espiritualidad Nueva Era; premisas de empoderamiento femenino que remiten a la figura de la diosa y a la naturaleza, y consignas feministas de autonomía corporal y cuidado de la salud. Este estudio cualitativo se basa principalmente en el análisis de la comunicación institucional de la empresa (página de internet, facebook, blog), entrevistas a sus dos fundadoras y el relevamiento de tres actividades realizadas por *Cíclica* entre 2013 y 2016 en conmemoración del Día Mundial de la Higiene Menstrual.[9]

[8] Esta acción se inscribe en un movimiento de concientización y reclamo que también se da en otros países, que apunta a la quita de impuestos y denuncia que la falta de acceso a productos de "higiene menstrual" genera deserción escolar. A su vez, algunos grupos feministas del norte global proponen un girlcott a las grandes industrias como parte de un movimiento anti-sistema y un posicionamiento teórico político queer que cuestiona la asociación mujer y menstruación (Bobel, 2010).

[9] Agradezco los aportes y comentarios sobre este texto de Josefina Brown, María Esther Fernández Mostaza, Dora Barrancos y los referatos anónimos de esta revista.

Sinergias entre lo personal y lo empresarial

En el sitio web del Museo de la menstruación (Estados Unidos) puede encontrarse información sobre Leona Chalmers, quien patentó en la década de 1930 la copa menstrual *Tassette*, y una publicidad que la promocionaba como la solución para *un problema tan viejo como Eva*, una forma de atender la *pesadilla* de la menstruación, resolver *el terror del olor*, *el sentimiento de impureza* y lo voluminoso de las toallas[10]. En ese entonces la dureza del material y el rechazo que muchas mujeres manifestaban frente a la idea de insertar un dispositivo en su vagina, no facilitaron su circulación. Desde fines de los años 50 se registraron intentos para volver a colocar la copa en el mercado, pero lo que final-mente logró reposicionarla fue la caída de la venta de tampones a mediados de la década del 70, cuando se difundieron los primeros casos de Síndrome de Shock Tóxico asociados a su uso. Esta situación que potenció el mercado "alternativo" a los productos industriales en la década del 80, se retroalimentó con la difusión de una mayor "conciencia ecológica", una nueva disposición de las mujeres para explorar sus cuerpos y la extensión de movimientos de espiritualidad femenina que asociaban el despertar de la sabiduría con la menstruación (Bobel, 2010).

Hasta hace muy poco en la Argentina sólo se podía acceder a una copa menstrual encargándola por Internet o a alguna persona que viajara a los países en donde se la vendía. Esta situación cambió en 2013 cuando la organización social y comercial *Cíclica* lanzó al mercado local *Maggacup*, la primera copa menstrual reutilizable producida en la Argentina. Las impulsoras de esta iniciativa fueron Luciana Comes y Clarisa Perullini, dos mujeres con trayectorias educativas y laborales diferentes, y coincidencias en sus posturas respecto a la importancia del trabajo social, la ecología, la conexión espiritual y, principalmente, una experiencia compartida en el uso de la copa menstrual y los efectos positivos que esto había producido en sus vidas.

Luciana se presenta en el sitio de Internet de la empresa como profesora de arte dramático, productora, creativa, actriz, cantante y reikista, entre otras preferencias y actividades. Clarisa cuenta que es licenciada en Psicología, Profesora de Educación Primaria, con un posgrado en Técnicas de Enseñanza en Educación Especial, experiencia de trabajo en proyectos de educación sexual en escuelas y desde la psicología comunitaria con madres de niños en situación de discapacidad[11]. En la trayectoria laboral de Perullini habían surgido cuestiones vinculadas al cuidado y al registro de lo femenino, entre ellas, la menstruación. Estas situaciones se entrelazaron con su propia experiencia como usuaria de la copa menstrual y un viaje a la India, donde comprobó de manera personal el tabú y la vergüenza que producía el sangrado femenino en muchas culturas[12]. Comes, por su parte, había trabajado en España como productora en una agencia de publicidad y volvió a la Argentina buscando un cambio. Comenzó a vender comida en ferias naturistas y también a ofrecer copas menstruales que ella traía personalmente o encargaba a su red de allegados que viajaban al exterior. La copa fue para ella una oportunidad de "transformación" y por eso le interesaba difundirla: *adoptarla me permitió reconectarme, vivir un despertar de la conciencia*[13]. En uno de los talleres sobre alimentación que ella organizaba conoció a Perullini y, según recuerda Comes, rápidamente entraron "en sintonía". Juntas comenzaron a pensar estrategias para socializar lo que les había sucedido, para compartir con otras mujeres saberes en relación al cuerpo y la sexualidad femenina que surgían a partir del uso de la copa.

Al comienzo del proyecto, el bienestar de la mujer, la protección de su salud, impulsar el registro de "lo femenino", fueron las principales motivaciones incluso mayores que las ecologistas. Perullini lo explicaba así: *Si sabemos que lo externo es una manifestación de lo interno, hay algo como un salto muy violento hacia la ecología y no pararse en un lugar para mí previo. La mujer feliz, empoderada y con otras mujeres*[14]. En este sentido, su posición se distanciaba de otras líneas más intransigentes de activismo menstrual ecologista que rechaza el uso de toallas sanitarias y tampones, y que suele mostrarse reactivo con las mujeres que no reconocen el daño que hacen al ecosistema con sus consumos. Para Perullini, en cambio, *decir que todo lo que veníamos haciendo las mujeres estuvo mal también es muy infantil y es como un fanatismo que no construye en absoluto. Reconocer, reivindicar, agradecer esto de los legados; poder tomar y agradecer a esas mujeres que hicieron, pudieron*

[10] *http://www.mum.org/CupPat1.html*

[11] *www.maggacup.com.ar*

[12] Clarisa Perullini, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 3 de noviembre de 2012.

[13] Luciana Comes, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 14 de junio de 2016.

[14] Clarisa Perullini, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 3 de noviembre de 2012.

y aplicaron en ese momento, en la cosmovisión que había; todo eso hoy nos da la posibilidad de estar acá[15]. Esa idea de inclusión y de trayecto se expresa en el nombre del producto: *Maggacup significa en el antiguo idioma de la India "camino del medio"* (...) *Hay un punto en donde el lenguaje que usemos tiene que poder abrazar*[16].

En los círculos de mujeres, talleres sobre menstruación, bendiciones de útero[17] y otros espacios de reunión y celebración de la sexualidad femenina en los que participé entre 2013 y julio de 2017 -más de 25 en total- la copa era un producto conocido. Una facilitadora de talleres y círculos mujeres a la que entrevisté me comentó que el uso prolongado de la copa le había modificado el cuerpo y que por eso había dejado de usarla[18]. Esta mujer gestionaba el sangrado menstrual con las toallas de tela que ella misma fabricaba y vendía y también, cuando podía, experimentaba el sangrado libre, es decir, reconocía el momento en que el flujo bajaba y lo dejaba correr (en el pasto o el río si estaba en la montaña o un recipiente si estaba en la ciudad). Otro reparo era que *Cíclica* no era un emprendimiento como el suyo y el de otras mujeres que elaboraban las toallas de tela artesanalmente sino una "empresa". Luciana Comes confirmó que el ser "empresaria" ha hecho que algunas veces haya sido mirada con sospecha e incredulidad respecto de sus "verdaderos" objetivos, y que *Cíclica* también recibió cuestionamientos por parte de algunos grupos veganos ya que la prueba de alergia dermatológica inicial había sido realizada con conejos[19].

Tanto Comes como Perullini insistieron durante las entrevistas en afirmar que la copa la pensaron como "una puerta de entrada" a otros temas y no como un "negocio". En el mismo sentido, si bien son legalmente socias, se consideran "hermanas". Esto se expresa en un tipo de conexión profunda que hizo que ambas se embarazaran casi al mismo tiempo y parieran a sus hijos en paralelo a la salida de la copa al mercado. Al comienzo no se habían imaginado gestionando una empresa sino una fundación, pero como iban a fabricar un producto y a venderlo, esa figura legal no era la adecuada. En la fase de averiguaciones sintieron temor ya que el "mundo de la empresa" les parecía poco sensible pero su experiencia les demostró lo contrario. Después de unos meses de funcionamiento, *Cíclica* fue catalogada como *Empresa B*, una definición que nació en los Estados Unidos y en Canadá de la mano de *BLab*, con el objetivo de redefinir el sentido del éxito empresarial (Groppa y Sluga, 2015). En este caso era: *solucionar problemas sociales y ambientales a partir de los productos y servicios que se comercializan* (La empresa B web). *Cíclica* cumplía con estándares solicitados para esta calificación: era un producto ecológico, evitaba la tala que se produce para obtener la *pasta pluff* que se usa en las toallas industriales y tampones, generaba conciencia sobre el medio ambiente, cuidaba la salud de las mujeres, facilitaba el conocimiento sobre sus cuerpos y contaba con una red de iniciadoras que difundían y comercializaban el producto bajo acuerdos de comercio justo[20].

De acuerdo a algunos estudios sobre la circulación de la cultura de la Nueva Era[21] en las empresas y en distintas iniciativas de emprendedorismo (Funes, 2016; Vargas y Viotti, 2013), *Cíclica* puede ubicarse en este movimiento empresarial que incluye componentes espirituales. Sus posiciones y propuestas en relación a la salud colectiva, el medio ambiente, el acceso de las mujeres a información y al producto, la no discriminación, la generación de empleo, argumenta -como lo hace Viotti (2010) en otro estudio- contra una lectura reduccionista y negativa que identifica lo *New Age* con lo "neoliberal" en su faceta individualista y conservadora. Por el contrario, *Cíclica* se organiza a partir del trabajo en red y con objetivos de bienestar social, y propone una reapropiación del cuerpo y la sexualidad femenina. Se trata de promover un proceso individuación en conexión con la Naturaleza y también, muchas veces, con otras mujeres (en las redes sociales, talleres y actividades, y con las iniciadoras). Por otra parte, siguiendo las líneas que trazan Boltanski y Chiapello (2012) para analizar el "nuevo espíritu del capitalismo", *Cícicla* propone que el lugar

[15] Clarisa Perullini, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 3 de noviembre de 2012.

[16] Luciana Comes, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 14 de junio de 2016.

[17] La *Bendición Mundial del Útero* y la *Bendición de Útero en Sesiones Individuales* son rituales que tienen la intención de *despertar* en las mujeres la *conciencia femenina*, su *verdadera naturaleza*, la *comprensión de la feminidad, la capacidad de amar, soltar viejos patrones y bloqueos, sanar los patrones profundos del linaje femenino y del pasado*, lograr un *auto-empoderamiento y de un sentido de paz, auto-aceptación y amor propio*. En las ceremonias mundiales, en las que las mujeres pueden participar desde cualquier lugar del mundo previa inscripción gratuita en un listado que las incluye en la bendición, se sigue un ritual pautado que consiste en la lectura de un texto y su meditación. Esto también puede hacerse en grupo de mujeres y combinarlo con una bendición individual que ofrece una *moon mother* -una mujer que ha logrado esta certificación previa capacitación y pago de la misma- quien impone sus manos sobre el útero de la solicitante y expresa intenciones. Si bien es una ceremonia dirigida a las mujeres, los varones también pueden participar, solos o con su pareja mujer, y *recibir un regalo de amor y de luz de la Divinidad Femenina* (*http://bendiciondeluteroargentina.com/que-es-la-bendicion-del-utero/*).

[18] CB, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 10 de agosto de 2015.

[19] Luciana Comes, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 14 de junio de 2016.

[20] *http://sistemab.org/maggacup-argentina/*

[21] *La Nueva Era puede definirse como una combinación de disciplinas y discursos que sostiene una concepción holística de la persona. La transformación personal que impulsa se da a partir del autoconocimiento y se llega a la esencia individual a partir de técnicas que priorizan lo emocional e intuitivo por encima de lo racional, entre otras características* (Carozzi, 2000).

de trabajo sea un espacio de liberación, de crecimiento y de desarrollo personal, facilitando que cada integrante descubra y ponga en acto sus propias capacidades. Si pensamos en el caso de las *iniciadoras del movimiento Maggacup*, es decir, las mujeres que difunden y comercializan la copa en diferentes zonas del país, al incentivo monetario del trabajo de reventa se le agrega otro más amplio, como puede leerse en el testimonio de esta revendedora: *En lo más profundo de mi ser, la razón por la que soy Iniciadora de Maggacup es soñar que mi sangre y la de todas las mujeres vuelve a ser sembrada en la Tierra. Ya no más desechada, negada, silenciada...*[22] Así como las relaciones afectivas se piensan en términos económicos -el "capitalismo emocional" que analiza Illouz (2010)-, el trabajo puede vivirse también desde los sentimientos.

[22] *https://es-es.facebook.com/Maggacup*. Entrada 14 de octubre de 2016.

Una temporalidad femenina

Emily Martin (1998) analizó el surgimiento y desarrollo del síndrome pre menstrual como una patología y lo explicó como una forma de expulsar a las mujeres del mercado de trabajo y disciplinarlas a partir de un diagnóstico médico. La *naturaleza cíclica* de las mujeres fue presentada como un problema para la sociedad y para ellas mismas, por ser un obstáculo inexorable para su crecimiento dado que las volvía, entre otras cosas, imprecisas, distraídas, torpes. Este enfoque se legitimaba en una concepción del tiempo asociada a la Modernidad y su idea de progreso, que exigía la adaptación de todos los seres humanos a una definición del tiempo única y establecida por una cultura particular (Levine, 2007). Sobre la imposición del reloj en las fábricas y el cronómetro en el taller se han ocupado varios estudios que analizan como logró separarse la noción de tiempo de la naturaleza y los ciclos vitales (Coriat, 1998; Cipolla, 1998; Thompson, 1995). En la rutina de maximización que impuso el capitalismo, el tiempo se convirtió en un valor de cambio abstracto que permite que el trabajador sea retribuido por las horas que trabaja y no por lo que produce.

La gestión del tiempo no es ajena al género. Los estudios sobre "usos del tiempo" visibilizan la brecha entre varones y mujeres en relación a las tareas de cuidado y de reproducción de la vida humana, que son mayoritariamente realizadas por mujeres sin que reciban remuneración económica (Faur, 2014). Además de estas diferencias que traducen desigualdades podemos agregar otras. Cuando Martin (1998) señaló la correlación entre la preocupación por el "síndrome premenstrual", entendido como un causal de incapacidad femenina en la vida cotidiana, y los períodos de crisis económica o de posguerra en los que existía interés en hacer volver a las mujeres a sus hogares y expulsarlas del mercado laboral para reubicar a los varones, denunció la arbitrariedad y el intento de control, pero no negó que el ciclo menstrual marcara temporalidades específicas. Su propuesta fue cambiar la mirada y enfocar en las ganancias que podrían sacarse si se aprovecharan las ventajas de ese estado, como la mayor creatividad artística, la autenticidad, el relax, e incluso el enojo como una forma de liberación.

Miranda Gray es profesora de terapias alternativas, maestra de reiki, creadora de la ceremonia de "bendición del útero" que antes describí y autora de *Luna roja. Los dones del ciclo menstrual* [2009](2010a), referencia ineludible para las mujeres que investigan sobre el ciclo menstrual y lo asocian con la espiritualidad. En otro de sus libros -*The Optimized Women. Using the menstrual cycle to achieve success and fulfillment*- Gray construyó un *Plan diario de la mujer cíclica*, una propuesta para aprovechar los *momentos óptimos* de cada fase en la que divide al ciclo menstrual (creativa, reflexiva, dinámica, expresiva). En una sección de este texto interpela directamente a los hombres, y entre ellos a los empleadores, explicándoles detalladamente las fases que hacen la *mujer cuatro en una*" y los modos de comunicación más apropiados para cada momento (Gray, 2010b:273). La británica Alexandra Pope (2014) trabaja también en esta línea y considera a la menstruación como fuente de empoderamiento y éxito, en una combinación de sentidos que incluyen la salud, la espiritualidad y el liderazgo. Desde su plataforma de Internet *Red School. Awaking menstruality* desarrolla en Europa el Programa *The Womens Quest* que transmite información a las mujeres sobre el ciclo menstrual y las capacita para puedan replicarla en sus

comunidades.[23] La prensa ha dado cuenta de que en Europa existen propuestas para instaurar una "política menstrual", es decir, una dinámica laboral que asigne días libres durante la menstruación con el objetivo de mejorar la eficiencia y la creatividad de sus empleadas. No se trataría de dar una licencia por enfermedad sino de reconocer a la menstruación como un momento natural que puede incluso favorecer la productividad de la empresa (Europa Press, 2016). Otra representante de esta oferta de *coaching* menstrual en España es Lily Yuste quien también desde su sitio web comercializa un *sistema potenciador de las habilidades femeninas de la mujer emprendedora*", un sistema "infalible" para *dar lo mejor de ti misma en cada una de tus fases cíclicas*[24]. Todas estas propuestas se ubican en una intersección: pueden ser beneficiosas para las mujeres y para las empresas en las que trabajan. Erika Irusta se presenta en su sitio web *El camino Rubí* como *investigadora y pedagoga especialista en el ciclo menstrual además de Cuntwriter (Coño-escritora).* Ella ofrece espacios presenciales y virtuales de reflexión, conocimiento y crítica activa sobre el ciclo menstrual con el objetivo de que *todas las personas menstruantes puedan vivir su cuerpo y su ciclo menstrual desde el autoconocimiento y, por supuesto, desde el placer*, una fórmula que evita que la asociación mujer y menstruación sea la única posible y deja en claro su postura feminista y la distancia con la lógica del beneficio empresarial[25].

Estos ejemplos muestran que desde diferentes espacios el ciclo menstrual se propone como organizador de la vida de las mujeres, o de las *personas menstruantes*, como prefiere decir Irusta. Y también, que el autoconocimiento y el trabajo sobre una misma tiene efectos sociales y en estos casos, laborales y económicos. La organización de *Cíclica* no es ajena a este diseño. Comes lo explicaba así: *Entre Clarisa y yo nos decíamos, tenemos esta reunión, pero yo estoy con la luna, voy, pero ni hablo, liderá vos porque estás en otra fase, estás dinámica. Yo voy a escuchar y a captar otras cosas o ni voy*[26]. Perullini daba otro ejemplo: *Actualmente la empresa está en transformación, estamos planificando nuevas acciones, nuevas fórmulas. La empresa está en una fase menstrual, soltando, dejando salir y generando un nuevo óvulo*[27]. Estas consideraciones no quedan solo para la dinámica interna del trabajo. En la página de Facebook de *Maggacup* se socializa este saber que resulta no solo de lecturas, como las de Gray, sino del propio registro corporal al que invita la copa: *¡Tan poco comprendida es la mujer pre menstrual que, por el simple hecho de existir, se la ha tachado de síndrome! ¿Entiendes ahora por qué es la fase menos aceptada, culturalmente? Aceptemos nuestro cuerpo. Respetemos nuestros ciclos. Conectemos con nuestra energía*[28].

El "llamado" a conectar con la energía femenina puede relacionarse con los componentes de género que presentan algunas vertientes de la cultura Nueva Era (Crowley, 2011) y que suelen replicar un esquema binario. Al mismo tiempo, abreva en el ecofeminismo -que en América Latina se vinculan con una tercera fase de la teología de la liberación en figuras como Elsa Tamez e Ivone Gebara (Ress,2010)- y en una de sus versiones que sostiene que la opresión de la mujer y la destrucción del planeta vienen del mismo sistema patriarcal que niega la unión primordial de todo el cosmos (Holland-Cunz, 1996). El recomenzar de la empresa planeado para la siguiente etapa -2017 en adelante- tiene en la agenda la incorporación de conocimiento experto, *no para ganar más, sino para que la empresa pueda trascender, pueda fluir*[29]. El saber lego de la experiencia, desde el hecho de ser usuaria, y el saber experto que ayude a sostener el proyecto y expandirlo. La intención es sumar una "mirada sistémica" y "poner el corazón". Comes considera que esto viene tanto *de la forma en que las mujeres hacemos las cosas*, como de atravesar la "Era de Acuario", aunque no está interesada en inscribirse en un movimiento particular, ya sea feminista o de la cultura Nueva Era. Ella piensa en su propio proceso: *hace 10 años era una ejecutiva que no le importaba nada, nada, fría y calculadora*. En este antes y después se ubica *Maggacup* y su "camino del medio".

[23] *www.redschool.net*
[24] *http://lilyyuste.com*
[25] *http://www.elcaminorubi.com/pinceladas-sobre-mi/*
[26] Luciana Comes, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 14 de junio de 2016.
[27] Clarisa Perullini, comunicación telefónica de la autora, 12 de agosto de 2016.
[28] *https://www.facebook.com/Maggacup/?fref=nf.* Entrada 29 de julio 2016 tomando texto de Casaluna.org
[29] Luciana Comes, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 14 de junio de 2016.

Celebrar la menstruación

Desde la salida de la copa al mercado la empresa fue aumentando su visibilidad. Fueron entrevistadas por diferentes medios, ofrecieron charlas en la Argentina y en el exterior,[30] y formaron parte de la conmemoración internacional del Día de la Higiene Menstrual que tiene lugar el 28 de mayo desde 2014. Esta fecha fue establecida por la organización WASH United con el propósito de generar conciencia sobre la necesidad de que cada mujer y cada niña puedan manejar su menstruación de manera higiénica, en privacidad, seguridad y con dignidad[31]. En este contexto el término higiene se vincula con prácticas de aseo personal. Por ejemplo, el acceso al papel higiénico, al agua potable y al jabón. En cuanto a la menstruación, proponen visibilizarla, celebrarla y facilitar elementos para gestionar el sangrado y así evitar el ausentismo escolar.

En la primera conmemoración, el 28 de mayo de 2014, *Cíclica* organizó el estreno del documental *Monthlies* de Diana Fabiánová, directora también de *La Luna en Ti* (2010). Esta película, especialmente pensada para un público adolescente, presenta historias animadas y testimonios de niñas y púberes sobre sus experiencias con la menstruación, algunas celebraciones rituales y la palabra de una médica. La proyección se realizó en el gran salón de actos de una escuela privada católica del barrio de Balvanera en la Ciudad de Buenos Aires. Más de 100 personas estuvieron presentes en el evento, la mayoría madres jóvenes, con sus bebés e hijos pequeños, muchas de ellas luciendo polleras largas y prendas de estilo hindú. Una de ellas amamantaba al mismo tiempo a su bebé y a su otro hijo de dos años, otras jugaban con sus hijos/as pequeños/as. En unas mesas que hacían de stands se promocionaba la revista *Maternar en tribu*, la ropa de una marca de diseño basada en el comercio justo y también *Maggacup*. Al inicio del evento, integrantes del colectivo *Mujeres de Artes Tomar* susurraban poemas que hacían referencia a la menstruación, en los oídos de los y las asistentes (Notas de campo, 2014).

En la charla-debate posterior a la proyección, Dora Barrancos, académica feminista argentina de trayectoria y directora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de la Argentina, participó con una grabación en la que apoyaba a la empresa y sus objetivos. La mesa se completó con una psicóloga y sexóloga, una ginecóloga infanto-juvenil y una socióloga. También estuvo Emiliano Ezcurra, en ese entonces director del *Banco de Bosques*, una fundación que facilita la compra minorista de hectáreas en bosques nativos, quien presentó el acuerdo de su organización con *Cíclica*: por cada copa que se compraba se salvaba un metro cuadrado de selva misionera. En su intervención, Ezcurra llamó la atención sobre la desforestación y la necesidad de que las mujeres tomaran conciencia, incitándolas a asumir su *responsabilidad*. En la participación de Perullini la veta social apareció más marcada: el problema de las mujeres que no tienen recursos sanitarios para gestionar la menstruación, los problemas de exclusión social, deserción escolar y ausentismo laboral que esto genera. También llamó la atención sobre el derecho de las niñas a la educación sexual, la necesidad de respetar la dignidad humana y fomentar la participación social de las mujeres. Incluso mencionó que, a pocas cuadras del evento, frente al Congreso Nacional, se estaba realizando una concentración en reclamo del tratamiento de un proyecto que proponía legalizar el aborto en la Argentina, dado que el 28 de mayo es, desde 1987, el Día Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres. Con esta referencia Perullini ponía en relación dos actos, dos movimientos, que tenían como denominador común la defensa de los derechos de las mujeres y la autogestión de sus cuerpos, uno declaradamente feminista y el otro no.

En 2015 la convocatoria por el Día de la Higiene Menstrual fue a cielo abierto en la Plaza Lavalle, ubicada frente a los Tribunales porteños. Bajo la consigna *¡Chau Tabú! Hablemos de Menstruación*, por sus redes virtuales *Cíclica* invitó a quien quisiera participar a vestir una prenda de color rojo y propuso pensar a la higiene menstrual como una *causa de justicia social y derechos humanos*[32]. En mi recorrido por la plaza, pude observar a un grupo de oficinistas, mujeres y varones, en su horario de almuerzo, referirse con sorpresa y también con ironía sobre este grupo de mujeres que hablaban sobre la menstruación con un megáfono. Otras personas se acercaban y preguntaban de qué se trataba el evento. Apoyadas en una mesa repleta de folletos y cajitas con las copas menstruales, Perullini,

[30] Un evento que las fundadoras citan fue la presentación de *Cíclica* en el Instituto Internacional de Ciencias Sociales de la Universidad Erasmus de Rotterdam, en abril de 2016, por invitación de una de sus investigadoras, Jacqueline Gaybor Tobar.

[31] *http://menstrualhygieneday.org/*

[32] *http://maggacup.blogspot.com.ar/2015/06/se-celebro-el-dia-mundial-de-la-higiene.html*

Comes y otras integrantes del *movimiento Maggacup* les contaban qué hacían allí y les pedían que escribieran en un papel sus respuestas a la pregunta: "¿por qué es necesario hablar de menstruación?". Al lado de ellas, colgados en unos grandes paneles, se exponían dibujos sobre el ciclo menstrual realizados por mujeres y niñas en un taller integral de artes expresivas que había organizado *Maggacup*, Cooperativa Metta y Herencia Amor en la Casa Abierta Bachillerato Popular Villa 31, una zona de asentamiento popular de la Ciudad de Buenos Aires (notas de campo 2015).

Esta acción se realizó muy cerca temporalmente de la primera convocatoria lanzada por el movimiento colectivo *Ni una Menos*, que se concretaría el 3 de junio de 2015 en la Plaza del Congreso, para reclamar al Estado su intervención ante la escalada de feminicidios y violencia contra las mujeres. En ese contexto, *Cíclica* propuso visibilizar la sangre como fuente de vida y no solo asociarla la violencia. Se trataba de crear conciencia sobre el ciclo menstrual y de poner en valor a las mujeres y sus cuerpos, como respuesta y también antídoto para esa violencia. Así lo expresó Perullini cuando se puso a conversar con un estudiante de posgrado nacido y criado en Ciudad Juárez, México, un lugar conocido internacionalmente por sus altas tasas de feminicidios (Segato, 2013). Para ella, su presencia era una *respuesta del universo* a la necesidad de transformar la sangre de la muerte en sangre de vida. Como cierre de la jornada invitaron a una Danza Planetaria, un ritual de celebración con música y canto que puso en círculo a las mujeres y a los pocos varones presentes.

Comes me reiteró esta posición durante la entrevista en 2016, haciendo referencia esta vez a la segunda convocatoria de *Ni Una Menos*, que *Maggacup* difundió en su Facebook con la consigna: *No nos queremos quedar con el horror, queremos poner luz en la luz*[33]. Cabe decir que esta mirada fue también compartida por otras mujeres. En las redes sociales circuló el dibujo de una chica desnuda en posición de loto y con su brazo en alto diciendo: *estamos aquí de pie y en pie, intentando transformar lo siniestro en ma-ravilloso*. En otra intervención que circuló por facebook se pedía *intencionar la consigna ¡Vivas nos queremos! u otra frase en positivo de lo que deseamos, en vez de ¡Ni una menos! que es una frase negativa*. En estos discursos la apelación no se dirigía solamente al Estado o la sociedad sino al universo, dando cuenta de una combinación original de creencias asociadas a la espiritualidad de la Nueva Era y una consciencia de la inequidad de género (Felitti y Viotti, 2016).

En la entrevista Comes prefirió no identificarse como feminista porque entendía que hacerlo era separarse del todo, tomar una posición que podía enfrentarla a otra. Si bien reconocía no tener mucho conocimiento teórico sobre el feminismo, asumía que había *algo de fragmentación* en su discurso. Para ella el varón no es solo el golpeador, el varón también genera vida. Su interpretación no restaba importancia a la violencia de género, ni tampoco desconocía los feminicidios. Lo que proponía era buscar la armonía y el reconocimiento de los seres humanos más allá de sus sexos/género. Esta posición se relaciona con la diseminación de una sensibilidad postfeminista (McRobbie, 2009; Gill, 2007) que valora los logros del feminismo pero que lo considera algo del pasado aunque al mismo tiempo, retoma algunas de sus ideas, como la de empoderamiento, y la asocia a prácticas de consumo y sexualizacion. En el caso de Comes, la falta de identificación con el feminismo se vinculaba con algunas características de la cultura de la Nueva Era, como el valor que se otorga a la armonía y el rechazo a palabras como "lucha" o "marcha".

Para la tercera conmemoración del Día de la Higiene Menstrual, la asociación de la sangre menstrual con la vida se plasmó en el concurso literario de poemas y microcuentos *Sangre Vida, Savia de la Humanidad*, lanzado el 8 de marzo de 2016, en el Día Internacional de la Mujer. Esta acción fue motorizada por Comes quien buscó canalizar su veta artística e invitar a hombres y mujeres a reflexionar acerca de *la trascendencia que tiene el ritmo cíclico en el cuerpo de la mujer*. En las bases se afirmaba:

> Nuestro trabajo, se vincula directamente al cuidado de la salud menstrual, prioritario para que las mujeres fortalezcan la capacidad a vivir con dignidad y bienestar. Convencidos de que *una niña que no se conoce, es una mujer que se padece*, entendemos que una niña que se transforma en una mujer sintiendo vergüenza de su cuerpo, vive situaciones de vulnerabilidad en el contexto en el que se desempeña [...] La sangre menstrual concierne a la humanidad.[34]

Tanto Comes como Perullini sabían que en otros países se habían realizados concursos de pintura con sangre menstrual. El hecho de optar por textos escritos y no por esta modalidad fue una decisión estratégica:

> Yo hice mi cuadro de sangre menstrual, pero esto tiene que ver con la inclusión. Si yo te digo que riego las plantas y que hago el ritual con la sangre y que me la tomo -hay gente que lo hace-, quizás no logro que empatices con algo que te sucede.

[33] Luciana Comes, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 14 de junio de 2016.

[34] *https://www.facebook.com/Sangre-Vida-455410587989787/info?tab=page_info*

> No importa si sos mística o si te importa la ecología, porque menstruar te sucede igual".[35]

El resultado fue la recepción de 130 poemas y 116 microcuentos, escritos mayoritariamente por mujeres y algunos varones. No es el objetivo de este artículo analizar en detalle los contenidos de las obras recibidas, pero vale mencionar la recurrente asociación entre mujer, menstruación, gestación, fertilidad y fecundación, y en algunos casos, al parto y a los hijos. Por ejemplo: *Sangre, pequeños fragmentos que envuelven la vida aún no concebida* (33); *canciones de cuna lejanas* (68); *Un niño se cocina en un caldero rojo bermellón* (44)[36]. Incluso, en algunos textos surgía la idea de la menstruación como una oportunidad de concepción perdida, la sangre que corporizaba a un "no nacido": *un raspón en la rodilla del hijo no fecundado* (65). También estaban muy presentes los elementos de la naturaleza -flor, semilla, árbol, savia, raíz- y los procesos de siembra, germinación y florecimiento. Luna, tierra y río fueron elementos reiterados, lo mismo que algunas palabras que remiten a lo "sagrado femenino", en coincidencia con lo que señala Ramírez (2016): *Sagrado sangrado* (125), *cuando descubrí mi ciclo interior, descubrí mi divinidad* (116); *Sale de ti el olor sagrado de las hembras* (49). La menstruación aparecía así asociada a la reproducción, a la naturaleza, y a una dimensión "cósmica", con valores de "libertad", "amor" y "paz". La dicotomía naturaleza/cultura quedaba en suspenso y lo que surgía era una puesta en valor del ciclo menstrual desde su función biológica y su función ritual. La sangre cobraba protagonismo como fuente de vida y confirmaba la oportunidad que brindaba un dispositivo como la copa menstrual para visibilizarla y valorarla.

[35] Luciana Comes, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 14 de junio de 2016.
[36] Los números entre paréntesis corresponden al número de poema que *Cíclica* asignó al material recibido.

Conclusiones

Desde hace unas décadas las mujeres cuentan con diferentes opciones a la hora de gestionar el sangrado menstrual. A las toallas y tampones fabricados por la industria, se han sumado opciones ecológicas como las toallas de tela, tampones de esponjas marina y la copa menstrual. En términos materiales no se trata de estrictamente de innovaciones dado que las primeras copas menstruales datan de la década de 1930 y los paños de tela eran lo que usaban la mayoría de las mujeres hasta la difusión más amplia de las toallas industriales descartables en la segunda mitad del siglo XX. Lo novedoso son los sentidos sociales que en la actualidad se ponen en juego en torno a estos productos. La importancia del movimiento ecologista, las transformaciones en la representación de las mujeres, la incorporación de las emociones a la empresa, la difusión de ideas feministas en espacios que no se reconocen como militantes y de ideas de empoderamiento que abrevan tanto en el feminismo como en el posfeminismo, son algunas de las características de este nuevo escenario. Cuando Leona Chalmers patentó *Tassette* en la década de 1930, no podía imaginar que la copa serviría para que muchas mujeres recolecten su sangre menstrual y rieguen sus plantas, hagan dibujos o preparen mascarillas faciales y tinturas curativas con ella.

En la experiencia biográfica de Luciana Comes y Clarisa Perullini la copa menstrual actuó como puerta de entrada a una reflexión mayor sobre el ciclo menstrual, la sexualidad de las mujeres y sus relaciones con la naturaleza y la espiritualidad. Motivadas por la transformación personal que impulsó este dispositivo y con el deseo de incluir a más mujeres en este *camino del medio*, unieron esfuerzos y desarrollaron *Cíclica* para poder fabricar *Maggacup*, la primera copa menstrual argentina. Desde 2013, la empresa ha realizado actividades de difusión y concientización sobre los beneficios de este dispositivo para la salud de las mujeres, su economía -al ser reutilizable propone un considerable ahorro, al abrir la posibilidad de ser revendedora ofrece empleo-, el medio ambiente y el poder que brinda conocer el propio cuerpo. Para explicar este conjunto de ventajas utilizan argumentos en los que convergen premisas del ecologismo -usar copa menstrual evita la tala de bosques que necesita la fabricación de toallas sanitarias y tampones-, del movimiento por la salud de las mujeres -evita enfermedades y síndromes que derivan del uso de esos productos industriales-. A su vez, está presente el feminismo espiritualista y la importancia de conectarse con un orden cíclico que trasciende lo humano y vuelve a las mujeres sagradas, y del feminismo de la diferencia que deja de pensar a la menstruación como un estorbo y la propone como fuente de poder creador y creativo. En estas ideas de empoderamiento se

suma la sensibilidad posfeminista que pone el acento en los procesos de subjetivación que implica el trabajo sobre sí y la exploración de la sexualidad.

Sin reconocerse como feministas, Comes y Perullini fundaron una empresa que propone generar conciencia sobre el daño a la salud que hacen los tampones y las toallas industriales, sin estigmatizar ni hacer responsables de los problemas ecológicos a las mujeres que los utilizan. La copa como tecnología tiene una dimensión dual: oculta y visibiliza. No absorbe la sangre como una toalla o como un tampón, pero tampoco la deja correr como hace el *sangrado libre*. La copa contiene la sangre y, como sucede con el uso de otros productos, hace que la mujer que menstrua pase inadvertida socialmente. Lo distintivo es, en términos materiales y concretos, que cuando la copa se retira del cuerpo, la sangre aparece, muestra una cantidad, color, textura y olor determinados y cambiantes. Además, para usar la copa hay que aprender a colocarla y para ello se necesita tocar el interior de la vagina y perder el temor a "mancharse", conocer la intensidad del sangrado para saber cuándo vaciarla y prestar atención a los cambios en los ciclos y también del cuerpo, por ejemplo, luego de un parto.

Cíclica presenta una serie de características que permiten ubicarla en nuevas pautas de funcionamiento empresarial, que modulan propuestas de desarrollo personal con objetivos de venta, que suman "corazón" -como sostuvo Luciana Comes- y planificación sistémica. En ese plan que trazan sus fundadoras, el ciclo menstrual opera como diagrama: se impulsa el potencial de la *mujer cíclica* sacando provecho de lo mejor de sus 4 fases. En este enfoque, esta empresa de tipo B, por su aporte social y acciones de protección sobre el medio ambiente, se enlaza con algunas de las premisas de la cultura de la Nueva Era y su visión holística de la persona. Si bien esta espiritualidad Nueva Era suele identificarse con el individualismo neoliberal, las acciones sociales y culturales que ha promovido hasta ahora Cíclica cuestionan esta premisa. El "cambio de vida" que habían logrado sus fundadoras no quedó como mérito personal; ambas buscaron construir nuevos lazos sociales y llegar con el producto y la reflexión que introducía a muchas otras mujeres. Además, todos estos aprendizajes implican el despliegue de tecnologías del yo, de observación y autoconocimiento, un fortalecimiento de sí que se acompaña con la conexión con la Naturaleza, la luna, las diosas y las otras mujeres.

La difusión que la empresa hace del diagrama de la *mujer cíclica* tiene el objetivo de empoderar a las mujeres. No obstante, las recomendaciones presentes en diferentes libros y sitios de Internet que ofrecen capacitación y asesoramiento hacen necesario llamar la atención sobre el provecho que pueden sacar los empleadores de estas distintas etapas, como si se tratara de obtener el máximo beneficio de un tipo de "recurso natural". Por último, la asociación entre menstruación y vida colabora en el desafío que implica dejar de pensar a la menstruación como algo sucio, malo, repugnante, pero, al mismo tiempo, refuerza una definición del cuerpo femenino centrada en sus posibilidades reproductivas. Al mismo tiempo, la insistencia en la asociación mujer y ciclo menstrual, pone en un lugar incómodo a aquellas mujeres que no menstrúan y en una situación indefinida a los cuerpos menstruantes que no responden a las categorizaciones binarias. Resulta necesario entonces profundizar en el análisis sobre la interpelación que realizan estos mensajes a las políticas de derechos sexuales y reproductivos hoy vigentes. En ese sentido, *Cíclica* condensa una serie de nuevos sentidos sociales y culturales sobre la menstruación, la empresa, las mujeres y sus cuerpos sobre los que hay que seguir investigando.

Por último, cuando Comes prefiere no identificarse como feminista surge la de tentación de considerar que igualmente las acciones de *Maggacup* responden a este movimiento dado que propone respetar y valorar el cuerpo de las mujeres, critica las intervenciones médicas y tecnológicas sobre él, genera redes y oportunidades de trabajo y abre la reflexión sobre la sexualidad femenina. Pero ¿sólo el feminismo es capaz de esto? En una entrevista reciente, Dora Barrancos, refiriéndose a la participación en las movilizaciones de *Ni Una Menos* de mujeres que no habían tenido una militancia en temas de género afirmaba: *Para mí, el feminismo es una categoría, pero no necesitamos la categorización de las mujeres. Necesitamos su actitud, una nueva condición de sí. Ahí, entonces se va a dar un movimiento* (Gelós, 2017). Efectivamente, *Cíclica* pensó a Maggacup como un movimiento que tiene a las mujeres como protagonistas y que propone a partir de un producto cambiar la manera en que las mujeres han pensando sus ciclos y sus cuerpos, una propuesta con las limitaciones ya señaladas y una gran potencia más allá de las categorizaciones.

Bibliografía

Blázquez Rodríguez, M. y Bolaños Gallardo, E. (2017) "Aportes a una antropología feminista de la salud: el estudio del ciclo menstrual", *Salud Colectiva*, vol. 13, nº 2, pp. 253-265.

Bobel, C. (2010). *New Blood. Third. Wave Feminism and the Politics of Mentruation.* NJ: Rutgers University Press.

Bobel, C. y Kissling, E. A. (2011), "Menstruation Matters: Introduction to Representations of the Menstrual Cycle", *Women's Studies*, 40, pp. 121-126.

Boltanski, L. y Chiapello, È. (2012). *El nuevo espíritu del capitalismo.* Madrid: Akal.

Buckley, T. y Gottlieb, A. (1998). *Blood magic: The anthropology of menstruation*. Berkeley, University of California Press.

Carozzi, M. J. (2000). *Nueva Era y Terapias Alternativas. Construyendo significados en el discurso y la interacción*. Buenos Aires: Educa.

Cipolla, C. (1998). *Las máquinas del tiempo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Citro, S. (2008). "Creando una mujer: ritual de iniciación simbólica de los géneros entre los tobas takshik". En Hirsch, S. (coord.), *Mujeres indígenas en la Argentina*. Buenos Aires: Biblos.

Coriat, B. (1998). *El taller y el cronómetro. Ensayo sobre el taylorismo, el fordismo y la población en masa*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Crowley, K. (2011). *Feminism's New Age. Gender, Appropriation, and the Afterlife of Essentialism.* EEUU: Suny Press.

Fahs, Breanne (2016) *Out for Blood. Essays on menstruation and resistance*, Albany, Sunny University Press

Faur, Elenor (2014) *El cuidado infantil en el Siglo XXI. Mujeres malabaristas en una sociedad desigual*, Buenos Aires, Siglo XXI.

Felitti, K. (2016). "El ciclo menstrual en el siglo XXI. Entre el mercado, la ecología y el poder femenino". *Sexualidad, Salud y Sociedad. Revista Latinoamericana*, nº 22, abril, pp. 175-206

Felitti, K. y Viotti, N. (2016). "El cielo las hará libres". *Revista Anfibia*, octubre. Disponible en *http://www.revistaanfibia.com/ensayo/el-cielo-las-hara-libres/*

Finguerson, L. (2006). *Girls in Power: Gender, Body and Menstruation in Adolescence*. Albany: State University of New York.

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

Funes, M. E. (2016). "La integración de la espiritualidad Nueva Era y el nuevo management en Argentina: afinidades y tensiones". *Ciencias Sociales y Religión*, Porto Alegre, pp. 191-208.

Gill, R. (2007). "Postfeminist media culture: elements of a sensibility". *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), pp. 147-166.

Gray, M. (2010a). *Luna Roja. Emplea los dones creativos, sexuales y espirituales del ciclo menstrual*. Buenos Aires: Gaia/Grupal.

- - - - - - (2010b). *Momentos óptimos de la mujer. Emplea el ciclo menstrual para alcanzar el éxito y la realización personal*. Madrid: Gaia.

Groppa, O. y Sluga, M. L. (2015). "Empresas y bien común. Caracterización de las empresas de Economía de Comunión y empresas B en la Argentina". *Revista Cultura Económica*, Año XXXIII, n.89, junio, pp. 8-24.

Hirsch, S. y Fitte, A. L. (2015). "Desafíos y tensiones en las prácticas y creencias anticonceptivas de mujeres jóvenes guaraníes del norte argentino", en Gutiérrez Martínez, D. y Felitti, K. (2015) (coord.) *Diversidad, sexualidades y creencias: cuerpo y derechos en el mundo contemporáneo*, Buenos Aires - Ciudad de México: Prometeo/ Colegio Mexiquense.

Holland-Cunz, B. (1996). *Ecofeminismos*. Madrid: Cátedra.

Illouz, E. (2010). *La salvación del alma moderna. Terapia, emociones y la cultura de la autoayuda*, Buenos Aires: Katz.

Kissling, E. A. (2006), *Capitalizing on the Curse: The Business of Menstruation*. Boulder: Lynne Rienner Publishers.

Layne, L., Vostral, S. y Boyer, K. (eds.) (2010). *Feminist Technology*. Champaign: University of Illinois.

Martin, E. (1998). "Premenstrual syndrome, work discipline, and anger". En Rachel Weitz (ed.), *The Politics of Women Bodies. Sexualities, Appearance and Behavior*. Oxford: Oxford University Press.

McRobbie, A. (2009), *The Aftermath of Feminism Gender, Culture and Social.* London: SAGE.

Murphy, M. (2012), *Seizing the Means of Reproduction. Entanglements of feminism, health, and technoscience.* Durham/London: Duke University Press.

Patterson, A. (2013), *The menstrual body*. New Orleans: University of New Orleans.

Pope, A. (2014). *The Wild Genie: The Healing Power of Menstruation*, New Generation Publishing

Ramírez Morales, M. del R. (2016). "Del tabú a la sacralidad: la menstruación en la era del sagrado femenino". *Ciencias Sociales y Religión/ Ciências Sociais e Religião*, Porto Alegre, 18, nº 24, pp. 134-152.
Ramos, S., Romero, M., y Aizemberg, L. (2014). "Women's experiences with the use of medical abortion in a legally restricted context: the case of Argentina". *Reproductive Health Matters*, Londres, vol. Supp p. 4 – 15
Ress, M. J. (2010). "Espiritualidad ecofeminista en América Latina". *Investigaciones feministas*, vol. 1, pp.111-124.
Rohatsch, M. *(2013),* "¿Estás venida? Experiencias y representaciones sobre la menstruación entre niñas de 12 a 15 años". *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, nº 6, pp. 1-16.
Segato, R. (2013). *La escritura en el cuerpo de las mujeres asesinadas en Ciudad Juárez*. Buenos Aires: Tinta Limón.
Thompson, E. P. (1995). "Tiempo, disciplina de trabajo y capitalismo industrial". En *Tradición, revuelta y conciencia de clase. Estudios sobre la crisis de la sociedad preindustrial*. Barcelona: Crítica.
Tarzibachi, E. (2015). *Una genealogía del cuerpo menstrual a través de las tecnologías de "protección femenina" en Estados Unidos y Argentina (1920-1980)*. Tesis de doctorado, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- - - - - - (2016) "Usos comerciales y transnacionales del etiquetamiento menstrual y la liberación femenina. Las primeras publicidades de tampones ob en Estados Unidos y Argentina (c. 1977-1978)". *Razón y Palabra*, vol. 20, nº 92, pp. 1-28.
- - - - - - (2017) "Deporte y recreación durante la menstruación. Historia de una habilitación a partir de la difusión de las toallas y los tampones industriales en Argentina, 1930-1980". En Pablo Scharagrodsky (coord.) *Mujeres en movimiento. Deporte, cultura física y feminidades. Argentina, 1870-1980*. Buenos Aires: Prometeo.
Tola, F. (2012). *Yo no estoy solo en mi cuerpo. Cuerpos-personas múltiples entre los tobas del chaco argentino*. Buenos Aires: Biblos.
Vargas, P. y Viotti, N. (2013). "Prosperidad y espiritualismo para todos": un análisis sobre la noción de emprendedor en eventos masivos de Buenos Aires". *Horizontes Antropológicos*, vol. 19, pp. 343-364.
Vostral, S. L. (2008). *Under Wraps: A History of Menstrual Hygiene Technology*. Lanham: Lexington Books.

Notas de prensa

Clarín (2015). *Por el cepo a las importaciones ahora faltan tampones*, 5 de enero. *http://www.clarin.com/sociedad/Tampones-cepo-importaciones_0_1279672385.html*
El Cronista Comercial (2015). *Más diarios internacionales se hacen eco de la falta de tampones en Argentina*, 12 de enero. *http://www.cronista.com/negocios/Mas-diarios-internacionales-se-hacen-eco-de-la-falta-de-tampones-en-Argentina-20150112-0051.html*
Europa Press (2016). *Instaurar una "política menstrual" en la dinámica empresarial*, 3 de marzo. *http://www.europapress.es/economia/noticia-empresa-britanica-planea-introducir-dias-libres-menstruacion-politica-laboral-20160302161222.html*
Gelós, N. (2017). Entrevista: Dora Barrancos. *Las condiciones laborales de las mujeres han empeorado*, Socompa, 2 de junio. *http://www.so-compa.com/social/las-condiciones-laborales-de-las-mujeres-han-empeorado/*
La Nación (2015a). *Por las trabas a las importaciones, faltan tampones en el país*, 6 de enero. *http://www.lanacion.com.ar/1757920-por-las-trabas-a-las-importaciones-faltan-tampones-en-el-pais*
- - - - - - (2015b). *Surgen alternativas ante la falta de tampones en la Argentina*, 10 de enero. *http://www.lanacion.com.ar/1758836-surgen-alternativas-ante-la-falta-de-tampones-en-la-argentina*
Página/12 (2015). *Tampón hit del verano*, 8 de enero. *http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-263481-2015-01-08.html*
Salusso, R. (2016). *¿Hay "día femenino" en las empresas argentinas?*". La Nación, 4 de marzo. *http://www.lanacion.com.ar/1876719-hay-dia-femenino-en-las-empresas-argentinas*
Treibel, G. (2015). *La lustre lesbiana.Entrevista a Ilse Fuskova*. Página/12, 20 de marzo.

Sitios de internet

(Último acceso en todos los casos: 27 de julio de 2017)
Bendición Mundial del Útero.
http://bendiciondeluteroargentina.com/que-es-la-bendicion-del-utero/
Día de la Higiene Menstrual.
http://menstrualhygieneday.org/
El camino del Rubí
http://www.elcaminorubi.com/
La Empresa b web
http://www.sistemab.org/espanol/la-empresa-b
Maggacup Blogspot
http://maggacup.blogspot.com.ar/2015/06/se-celebro-el-dia-mundial-de-la-higiene.html
Maggacup Facebook
https://www.facebook.com/Maggacup/?fref=nf. Entrada 29 de julio 2016 tomando texto de *Casaluna.org*
Museo de la menstruación. Historia de la copa menstrual. *http://www.mum.org/CupPat1.htm*
Red School. Awakening menstruality
http://www.redschool.net/
Sangre Vida Facebook
https://www.facebook.com/Sangre-Vida-455410587989787/info?tab=page_info

Entrevistas

CB, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 10 de agosto de 2015.
Luciana Comes, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 14 de junio de 2016.
Clarisa Perullini, Comunicación telefónica de la autora, 12 de agosto de 2016.
Clarisa Perullini, entrevista de la autora, Ciudad de Buenos Aires, 3 de noviembre de 2012.

Registros etnográficos

2014. Día Mundial de la Higiene Menstrual, Colegio Don Bosco, Ciudad de Buenos Aires, 28 de mayo. Celebración del *28M: Día Mundial de la Higiene Menstrual* organizado por *Maggacup*.
2015. *¡Chau Tabú! Hablemos de la menstruación*, Plaza Lavalle, Ciudad de Buenos Aires, 28 de mayo. Celebración del *28M: Día Mundial de la Higiene Menstrual* organizado por *Maggacup*.