

MENSTRUATION: EMPOWERMENT AND SUSTAINABILITY

SUMÁRIO EXECUTIVO NACIONAL
PORTUGAL

#Sustainable
Menstruation



zero.

Rezero

voice



wecf
International

Wen.



ZÖLDÖVEZET
TÁRSULÁS

ZELENA AKCIJA
FRIENDS OF THE EARTH CROATIA



zero
waste



Funded by
the European Union

léargas

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Erasmus +. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

CONTEXTO GERAL DO PROJETO

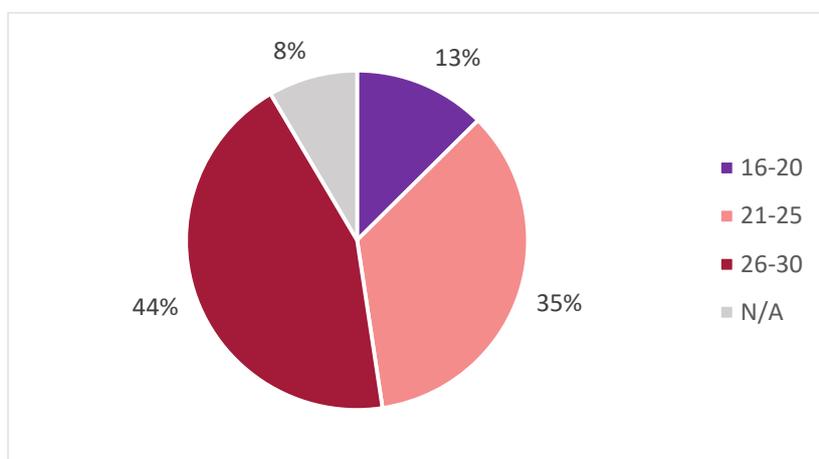
O Projeto Erasmus+ MENSY¹ (“Menstruation: Empowerment and Sustainability”) é uma iniciativa europeia que abrange oito países (Croácia, Espanha, Portugal, Países Baixos, Irlanda, Reino Unido, Hungria e Ucrânia), com o objetivo de capacitar jovens, promover a sustentabilidade menstrual e combater os tabus associados à menstruação.

Apesar dos esforços para diversificar a amostra, todos os dados do inquérito disseminado pelos diferentes parceiros em análise devem ser interpretados como expressão de um grupo social específico, com uma maior sensibilização para as questões relacionadas com a menstruação sustentável.

AMOSTRA

No contexto nacional português, participaram 439 jovens que menstruam entre os 16 e os 30 anos (13% com 16-20, 35% com 21-25, 44% com 26-30), maioritariamente do sexo feminino (92%) e com elevado nível de escolaridade (70% possuem formação universitária).

Figura 1 – “Qual é a sua idade?”



N = 439

¹ <https://zero.org/accoes/menstruation-empowerment-and-sustainability-mensy/>

1. PRÁTICAS ATUAIS

1.1. Produtos menstruais utilizados

Os resultados obtidos em Portugal revelam uma preferência predominante pelos produtos descartáveis, especialmente os pensos menstruais, utilizados por 68% dos participantes, seguidos pelos tampões descartáveis, com 39%.

No entanto, verifica-se que vários participantes utilizam alternativas reutilizáveis, como os copos menstruais (33%), cuecas menstruais (17%) e pensos reutilizáveis (15%), sendo a sua adoção mais comum entre participantes de faixas etárias e níveis de escolaridade mais elevados.

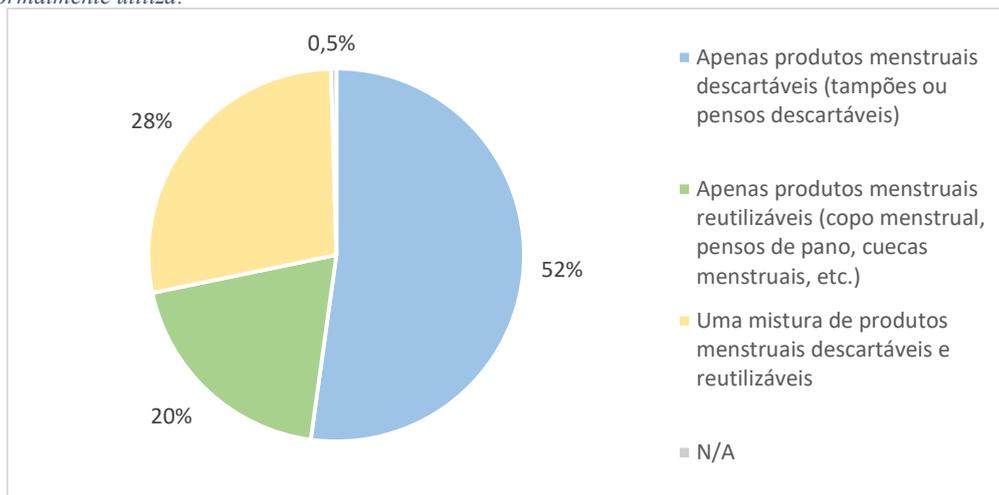
Tabela 1 – “Que produtos menstruais utiliza atualmente?”

Produtos utilizados atualmente pelos participantes	Frequência relativa
Pensos menstruais descartáveis	68%
Tampões descartáveis	39%
Copos menstruais	33%
Cuecas menstruais	17%
Pensos menstruais reutilizáveis	15%
Pensos menstruais orgânicos descartáveis	7%
Tampões orgânicos descartáveis	6%
Papel higiénico	6%
Roupa interior normal/sem sangramento	3%
Disco menstrual	2%
Outros materiais improvisados: roupa, tecido, algodão	2%
Tampões reutilizáveis	0%

N = 439

Da mesma forma, quando questionados sobre o tipo de produtos menstruais utilizados, é verificada a preferência predominante por produtos descartáveis. Mais uma vez, a análise por faixa etária e por nível de escolaridade reforça a tendência de maior adesão aos produtos reutilizáveis entre os inquiridos mais velhos e com maior nível de habilitações.

Figura 2 - "Normalmente utiliza:"



N = 439

1.2. Escolha e motivações

Quando questionados sobre os fatores mais importantes na escolha dos produtos menstruais, a maioria dos participantes destacou o conforto como o principal critério (88%), seguido pela facilidade de utilização, troca e transporte (71%) e pelo custo (59%). O impacto no ambiente, ainda que não esteja entre os fatores mais referidos, é referido por 42% dos inquiridos.

Verifica-se que o conforto é o critério mais valorizado, independentemente da idade, escolaridade ou tipo de produto menstrual utilizado. Por outro lado, com o aumento da idade, a preocupação ambiental torna-se mais relevante e em faixas etárias mais baixas é dada maior importância ao custo e à facilidade de utilização.

Os utilizadores de produtos descartáveis dão prioridade à facilidade de utilização e ao facto de não ser necessária inserção, enquanto 90% dos utilizadores de produtos reutilizáveis destacam a sustentabilidade ambiental como fator principal, em contraste com apenas 10% dos utilizadores de descartáveis.

Tabela 2 - "Quais os fatores mais importantes na escolha dos produtos menstruais?"

Os fatores mais importantes na escolha dos produtos	Frequência relativa
Conforto	88%
Facilidade de utilização/troca/transporte	71%
Custo	59%
Proteção contra fugas	54%
Ser "bom" para o ambiente	42%
Permite praticar desporto/natação	29%
Não ser necessário inserir	19%
Possibilidade de ser utilizado sem ninguém saber	14%
Utilizado por um conhecido	3%
Outros	2,5%

N = 439

Os dados indicam que uma comunicação segmentada pode promover a aceitação de produtos reutilizáveis, destacando a sustentabilidade para públicos mais informados e a praticidade e o conforto para os mais jovens.

1.3. Aquisição dos produtos

Relativamente ao local de aquisição dos produtos de recolha menstrual, o supermercado é o mais indicado (78%), seguido pelas lojas online (18%) e farmácias (7%).

Embora 94% dos participantes não enfrentem dificuldades para adquiri-los, 5% relatam desafios ocasionais. Destes, 45,5% recorrem a amigos ou familiares ou a métodos alternativos, como panos ou papel (32%).

Esta realidade reflete o contexto social dos inquiridos, já que estudos nacionais¹ apontam percentagens mais elevadas de dificuldade na aquisição. A discrepância pode estar associada ao método de disseminação do inquérito, realizado online e promovido pelos parceiros do projeto junto de um grupo da população que potencialmente terá menores dificuldades económicas.

1.4. Experiências com a menstruação

As experiências com a menstruação em locais públicos, como escolas e locais de trabalho, revelam dificuldades significativas. Para além de apenas 19% indicar estar sempre satisfeito com as condições oferecidas nestes locais, cerca de 18% dos inquiridos evita trocar os produtos menstruais nestes espaços.

As razões de insatisfação são variadas, sendo as principais a falta de limpeza (29%), a ausência de contentores (20%), falta de papel higiénico (19%) e de acesso a água (17%).

A insatisfação com a troca de produtos menstruais varia pouco com o nível de escolaridade, mas tende a mudar com a idade: a falta de limpeza e de papel higiénico preocupa mais as faixas etárias mais baixas, enquanto a privacidade e o acesso à água afetam mais os mais velhos.

Entre os utilizadores de produtos reutilizáveis, a falta de água destaca-se, possivelmente devido às exigências de utilização, como a lavagem prévia dos copos menstruais antes da sua reinserção.

Tabela 3 - “O que é que o deixou insatisfeito com o local onde costuma trocar os seus produtos menstruais”

Razões de insatisfação com os locais de troca dos produtos menstruais	Frequência relativa
Falta de limpeza	29%
Falta de contentores de lixo	20%
Falta de papel higiénico	19%
Sem acesso a água	17%
Falta de privacidade	10%
Outros	3%
N/A	1%

N = 289

2. PERCEÇÕES E EXPERIÊNCIAS NA UTILIZAÇÃO DE PRODUTOS MENSTRUAIS

Foram identificados os principais fatores que desmotivam os participantes a experimentar produtos menstruais reutilizáveis (que podem ser encontrados na tabela seguinte).

Nota-se que apesar de o custo inicial ser frequentemente apontado como uma barreira, apenas 18% dos inquiridos o consideraram como preocupação principal.

Os participantes mais jovens e menos instruídos tendem a usar menos produtos reutilizáveis e a demonstrar percepções menos positivas, possivelmente devido à ausência de programas educativos sobre menstruação e alternativas sustentáveis no contexto escolar desde cedo e à falta de familiaridade com o tema entre quem os aconselha durante os primeiros anos (família próxima, em particular as mães).

Tabela 4 - “Qual dos seguintes fatores, se algum, a/o levaria a experimentar produtos reutilizáveis?”

Aspetos que impedem os participantes de experimentar produtos menstruais reutilizáveis	Frequência relativa
Já utilizo reutilizáveis	38%
Não me sinto à vontade para os mudar em instalações públicas	38%
Ter de cuidar deles	34%
Ter de os transportar após a utilização	34%
Receio de que possam vaziar / Tenho períodos muito intensos	33%
Não saber quais os produtos mais adequados para mim e para o meu ciclo menstrual	21%
Não quero usar um produto que tenho de inserir	19%
Receio de cheirar mal	19%
Não sei como os utilizar	18%
O custo/despesa inicial	18%
Ter de ver o sangue menstrual recolhido	8%
Acho que não funcionaria para mim devido a problemas de saúde específicos que tenho	4%
Não sei/não tenho a certeza	3%
Outros	3%

N = 439

Quando questionados sobre formas de incentivar o uso de produtos reutilizáveis, os participantes destacaram os fatores apresentados na tabela seguinte, sugerindo que estratégias combinadas de sensibilização e incentivo podem aumentar a aceitação destes produtos, especialmente entre os grupos mais jovens e com menores níveis de escolaridade.

Tabela 5 - Qual dos seguintes fatores, se algum, o levaria a experimentar produtos reutilizáveis?.

Fatores que levariam os participantes a experimentar produtos reutilizáveis	Frequência relativa
Saber como utilizá-los/tratar deles	34%
Poupar dinheiro a longo prazo	31%
Teste gratuito na escola/faculdade/universidade para poder testar os produtos por mim própria	29%
Reduzir os impactos na saúde	28%
Saber quanto tempo podem ser utilizados de cada vez antes de ter de os mudar	25%
A tranquilidade de saber que estou a fazer algo de bom para ajudar o ambiente	25%
Recomendação de um profissional de saúde	24%
Informação/compreensão dos produtos reutilizáveis existentes	23%

N = 439

3. INFORMAÇÃO E MITOS EM TORNO DA MENSTRUACÃO

Relativamente ao primeiro contacto dos participantes com o tema da menstruação, quase metade (49%) indica ter obtido as primeiras informações através da mãe, seguida pela escola (17%).

Em termos de conhecimento sobre diferentes assuntos relacionados com a menstruação, os participantes demonstram uma relativa boa compreensão sobre a gestão da dor e desconforto menstrual, a desmistificação de mitos, os contraceptivos hormonais e os impactes ambientais dos produtos descartáveis. No entanto, persistem lacunas no entendimento sobre os direitos das pessoas que menstruam e sobre a presença de substâncias químicas nocivas para a saúde nos produtos menstruais.

Os utilizadores de produtos reutilizáveis destacam-se pelo maior entendimento sobre questões ambientais e de saúde, o que sugere que a escolha destes produtos está relacionada com uma maior consciência das suas características e impactes.

A menstruação é frequentemente associada a aspetos negativos, como dias com menor energia (53%), dor (41%) e limitações de atividades físicas (20%), mas também a perspetivas positivas, como ser mulher (57%) e ser saudável (30%).

Tabela 6 - O que é que a menstruação significa para si?

Significados associados à menstruação	Frequência relativa
Ser mulher	57%
Dias com menos energia	53%
Dias dolorosos	41%
Ser capaz de ser mãe ou pai	31%
Ser saudável	30%
Um momento do mês em que tem de limitar as atividades físicas	20%
Ser adulto	18%
Medo de engravidar	17%
Momento confuso do mês	15%
É dispendioso/caro	12%
Causa disforia de género (sentir desconforto com o género/corpo)	6%
Ter de ficar em casa / não sair com os amigos	5%
Outros	5%

N = 439

Quanto às denominações para menstruação, 47% dos participantes utilizam termos neutros como "Menstruação" e "Período", refletindo uma aceitação mais direta e menos estigmatizada do tema. Contudo, a diversidade de outros termos é notável, com por exemplo 60% recorrendo a expressões associadas à cor vermelha, como "Benfica (joga em casa)", "Código vermelho", etc. Estas associações sugerem uma tendência para suavizar a discussão sobre a menstruação, adotando uma abordagem mais indireta que pode tornar o tema mais acessível ou menos desconfortável.

4. PROBLEMAS DE SAÚDE

Foram averiguados os sintomas menstruais sentidos com maior frequência pelos participantes do inquérito, sendo que os principais incluem dores (76%), tensão pré-menstrual (71%) e desconforto (67%).

Tabela 7 - Sintomas menstruais identificados pelos participantes.

Sintomas menstruais	Frequência relativa
Dores menstruais	76%
Tensão pré-menstrual (TPM) / alterações de humor	71%
Desconforto	67%
Coágulos	28%
Cãibras	17%
Hemorragia prolongada	16%
Outros	4%
Nenhum	2%

N = 439

Para além disso, irritações causadas por produtos menstruais foram relatadas por 15% dos participantes, e 8% afirmaram ter condições de saúde que afetam a escolha dos produtos.

CONCLUSÃO

A análise dos resultados revela que, apesar do papel crucial das mães na transmissão das primeiras informações sobre a menstruação, o estigma persistente em torno do tema ainda pode comprometer a qualidade e precisão destas informações. Para garantir um conhecimento mais completo e rigoroso, é fundamental que a educação sobre a menstruação seja formalizada nos programas escolares nacionais, permitindo que os jovens recebam uma formação mais acessível e abrangente.

O estudo demonstra que os utilizadores de produtos menstruais reutilizáveis apresentam um maior nível de informação sobre as suas vantagens económicas, ambientais e para a saúde. Contudo, ainda existe a necessidade de expandir as campanhas educativas para alcançar um público mais amplo, abordando não só os benefícios para a saúde e para o ambiente, mas também as barreiras à adoção de alternativas reutilizáveis.

Dificuldades práticas como a manutenção dos produtos, o receio de fugas e a falta de informações sobre como utilizá-los de maneira adequada continuam a ser obstáculos significativos. Estas questões devem ser abordadas com campanhas claras e informativas para incentivar a mudança de hábitos e que permitam a quem menstrua ter um contacto direto com os diferentes produtos.

Para além disso, a insatisfação com as condições de higiene em espaços públicos, como escolas e locais de trabalho, foi um fator importante identificado, visto que a falta de recursos adequados, como acesso à água e instalações limpas, compromete a experiência das pessoas que menstruem. Assim, é também considerado necessário que sejam consideradas melhorias nas infraestruturas para garantir um ambiente mais confortável para quem menstrua.

ⁱ Beliz, V., & Anastácio, Z. (2020). CONCEÇÕES DE MULHERES PORTUGUESAS SOBRE A MENSTRUACÃO, HIGIENE MENSTRUAL E CONSTRANGIMENTOS NO ESPAÇO PÚBLICO [Universidade do Minho - Instituto de Educação]. <https://apmj.pt/files/161/Pobreza-Menstrual/363/Menstruacao-Higiene-Menstrual-e-Constrangimentos-no-Espaco-Publico.pdf>

Cardoso, G. (2021). Memoirs Menstruais - Um Contributo para o Combate ao Estigma Menstrual em Portugal [Universidade do Porto - Faculdade de Belas Artes]. <https://hdl.handle.net/10216/138329>

Ferradosa, B. (2023, Maio). INTIMINA apresenta conclusões do estudo sobre higiene menstrual em Portugal. <https://maissuperior.com/2023/05/26/intimina-apresenta-conclusoes-do-estudo-sobre-higiene-menstrual-em-portugal/>

mood. (2024, fevereiro). UM QUARTO DAS RAPARIGAS EM PORTUGAL JÁ RECORREU A SOLUÇÕES ALTERNATIVAS POR NÃO CONSEGUIR COMPRAR PRODUTOS MENSTRUAIS. SAPO. <https://mood.sapo.pt/um-quarto-das-raparigas-em-portugal-ja-recorreu-a-solucoes-alternativas-por-nao-conseguir-comprar-produtos-menstruais/>