

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

LARISSA GUSMÃO OLIVEIRA

Dos 365 dias do ano, em pelo menos 60, eu sangro!

**Um estudo sobre estigmatização e vulnerabilidades no consumo de produtos de
gestão menstrual de mulheres de baixa renda**

**Santana do Livramento
2025**

LARISSA GUSMÃO OLIVEIRA

Dos 365 dias do ano, em pelo menos 60, eu sangro!

Um estudo sobre estigmatização e vulnerabilidades no consumo de produtos de gestão menstrual de mulheres de baixa renda

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Administração, linha de pesquisa Estratégias e Sistemas.

Orientadora: Profa. Dra. Andressa Hennig Silva

**Santana do Livramento
2025**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

00483 Oliveira, Larissa Gusmão

Dos 365 dias do ano, em pelo menos 60, eu sangro! Um estudo sobre estigmatização e vulnerabilidades no consumo de produtos de gestão menstrual de mulheres de baixa renda / Larissa Gusmão Oliveira.

115 p.

Dissertação(Mestrado)-- Universidade Federal do Pampa,
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO, 2025.

"Orientação: Andressa Hennig Silva".

1. Estigma. 2. Vulnerabilidade. 3. Gênero. 4. Baixa Renda.
5. Produtos de Gestão Menstrual. I. Título.

LARISSA GUSMÃO OLIVEIRA

Dos 365 dias do ano, em pelo menos 60, eu sangro!

**Um estudo sobre estigmatização e vulnerabilidades no consumo de produtos de
gestão menstrual de mulheres de baixa renda**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Administração.

Dissertação defendida e aprovada em: 28 de maio de 2025.

Banca examinadora:

Profa. Dra. Andressa Hennig Silva
Orientadora
Unipampa

Profa. Dra. Laura Alves Scherer
Unipampa

Profa. Dra. Thaysa Costa do Nascimento
COPPEAD UFRJ



Assinado eletronicamente por **ANDRESSA HENNIG SILVA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 09/06/2025, às 13:55, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1734281** e o código CRC **6E0BA5A5**.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, professora Dra. Andressa, que topou mergulhar comigo nesse mundo da menstruação — e, juntas, descobrimos ainda mais silenciamentos que nos instigaram a ir cada vez mais fundo nesse tema. Obrigada por confiar em mim, por acreditar nessa proposta e defendê-la comigo com unhas e dentes. Sou profundamente grata pela relação que construímos ao longo do mestrado. Foi uma experiência muito especial ser orientada pela senhora.

À minha mãe, Eliane, que sempre me incentivou nos estudos e me mostrou que esse era o melhor caminho para realizar os meus sonhos e transformar a minha realidade. Mesmo sem entender completamente tudo o que eu falava, esteve sempre disposta a me ouvir, a torcer por mim, pelas minhas pesquisas, por tudo. Obrigada por tudo, mãe.

Ao meu amor, Igor, por ser calma em meio ao caos. Por conseguir me trazer de volta ao presente quando minha mente estava a mil, e por caminhar ao meu lado com tanto afeto e cuidado.

Ao meu pai e aos meus irmãos, por estarem sempre presentes à sua maneira, me apoiando com carinho e orgulho.

Às colegas que se tornaram amigas, Isadora e Yéssica, a amizade de vocês fez toda a diferença nessa caminhada. Aos meus amigos, Alexandre, Bárbara e Karen, que, mesmo fora do mestrado, foram grandes ouvintes e apoiadores nesses dois anos. Obrigada pelo ombro amigo de sempre.

Às mulheres que se dispuseram a conversar comigo sobre um tema tão íntimo e, por vezes, doloroso. Obrigada por confiarem em mim. Essa pesquisa só foi possível por causa de vocês.

Ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Pampa (PPGA/UNIPAMPA) como um todo — professores e colegas — obrigada pela oportunidade de crescer, aprender e compartilhar conhecimento em um espaço de excelência acadêmica.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), que me permitiu viver essa experiência de forma plena, imersa na vida universitária. A bolsa me possibilitou aproveitar tudo o que uma universidade pública, gratuita e de qualidade pode oferecer.

Sou eternamente grata por todas as experiências e vivências que tive nesses dois anos. Foram, sem dúvida, os melhores anos da minha vida. Hoje, tenho certeza de que é isso que eu quero fazer: estudar, buscar conhecimento, lutar pelas causas em que acredito, disseminar saberes e partilhá-los com quem, por tantos motivos, teve menos acesso do que eu. Porque o conhecimento precisa chegar em todo lugar.

“O que vocês fazem, nós fazemos sangrando!”

RESUMO

A menstruação é um processo biológico natural que ocorre todos os meses, durante aproximadamente 40 anos e impacta uma grande parcela da população. Em vista disso, o objetivo geral deste estudo é compreender como mulheres de baixa renda lidam com a estigmatização e a dupla vulnerabilidade no consumo de produtos de gestão menstrual. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa, a partir de 20 entrevistas narrativas com mulheres de baixa renda, bem como anotações em diário de campo e uso da técnica fotoelicitação. Dentre os principais resultados, destaca-se que o consumo de produtos menstruais é atravessado por estigmas profundamente enraizados na sociedade, manifestados por meio do bullying menstrual, da vergonha, do silêncio e da ocultação do próprio corpo. Tais práticas reforçam uma cultura de misoginia, machismo, patriarcado e tabus religiosos, impactando gerações. A vulnerabilidade de gênero se manifesta na restrição de atividades cotidianas, como lazer e trabalho, em função da dor, insegurança com vazamentos e estigmas sociais. Já a vulnerabilidade socioeconômica evidencia-se na dificuldade de acesso a produtos menstruais, obrigando mulheres a improvisarem com itens inadequados, como miolo de pão e sacolas plásticas, e a optarem por marcas mais baratas e desconfortáveis. As principais contribuições deste estudo consistem na compreensão sobre o consumo de produtos de gestão menstrual sob as lentes da vulnerabilidade e do estigma, evidenciando os impactos interseccionais da desigualdade de gênero e da precariedade socioeconômica. Além da compreensão do impacto da estigmatização nas práticas de consumo, ao evidenciar como significados socialmente construídos em torno da menstruação moldam percepções, comportamentos e escolhas relacionadas aos produtos de gestão menstrual. No campo da Administração, a pesquisa desafia a invisibilização da menstruação como objeto de pesquisa, ao demonstrar como práticas organizacionais, relações de consumo e formulações de políticas públicas são permeadas por estigmas menstruais. Como contribuição prática, o estudo oferece subsídios para políticas públicas mais eficazes que reconheçam a menstruação como um marcador social relevante.

Palavras-chave: estigma; vulnerabilidade; gênero; baixa renda; produtos de gestão menstrual.

ABSTRACT

Menstruation is a natural biological process that occurs every month for approximately 40 years and impacts a large portion of the population. In view of this, the general objective of this study is to understand how low-income women deal with stigmatization and double vulnerability in the consumption of menstrual management products. To this end, a qualitative study was conducted, based on 20 narrative interviews with low-income women, as well as notes in a field diary and the use of the photo-elicitation technique. Among the main results, it is worth highlighting that the consumption of menstrual products is permeated by stigmas deeply rooted in society, manifested through menstrual bullying, shame, silence and concealment of one's own body. Such practices reinforce a culture of misogyny, machismo, patriarchy and religious taboos, impacting generations. Gender vulnerability manifests itself in the restriction of daily activities, such as leisure and work, due to pain, insecurity with leaks and social stigmas. Socioeconomic vulnerability is evident in the difficulty of accessing menstrual products, forcing women to improvise with inadequate items, such as bread crumbs and plastic bags, and to opt for cheaper and more uncomfortable brands. The main contributions of this study consist of understanding the consumption of menstrual management products from the perspective of vulnerability and stigma, highlighting the intersectional impacts of gender inequality and socioeconomic precariousness. In addition to understanding the impact of stigmatization on consumption practices, by highlighting how socially constructed meanings around menstruation shape perceptions, behaviors and choices related to menstrual management products. In the field of Administration, the research challenges the invisibility of menstruation as an object of research, by demonstrating how organizational practices, consumer relations and public policy formulations are permeated by menstrual stigmas. As a practical contribution, the study offers support for more effective public policies that recognize menstruation as a relevant social marker.

Keywords: stigma; vulnerability; gender; low income; menstrual management products.

RESUMEN

La menstruación es un proceso biológico natural que ocurre cada mes durante aproximadamente 40 años y afecta a una gran parte de la población. En vista de ello, el objetivo general de este estudio es comprender cómo las mujeres de bajos ingresos enfrentan la estigmatización y la doble vulnerabilidad en el consumo de productos para el manejo menstrual. Para ello, se realizó una investigación cualitativa, basada en 20 entrevistas narrativas a mujeres de bajos recursos, así como anotaciones en diario de campo y utilización de la técnica de foto-elicitación. Entre los principales resultados, cabe destacar que el consumo de productos menstruales está permeado por estigmas profundamente arraigados en la sociedad, que se manifiestan a través del bullying menstrual, la vergüenza, el silencio y la ocultación del propio cuerpo. Estas prácticas refuerzan una cultura de misoginia, machismo, patriarcado y tabúes religiosos, impactando a generaciones enteras. La vulnerabilidad de género se manifiesta en la restricción de actividades cotidianas, como el ocio y el trabajo, debido al dolor, la inseguridad con las fugas y los estigmas sociales. La vulnerabilidad socioeconómica se evidencia en la dificultad de acceso a productos menstruales, obligando a las mujeres a improvisar con artículos inadecuados, como migas de pan y bolsas de plástico, y a optar por marcas más baratas e incómodas. Las principales contribuciones de este estudio consisten en comprender el consumo de productos de gestión menstrual a través de la lente de la vulnerabilidad y el estigma, destacando los impactos interseccionales de la desigualdad de género y la precariedad socioeconómica. Además de comprender el impacto de la estigmatización en las prácticas de consumo, destacando cómo los significados socialmente construidos en torno a la menstruación dan forma a las percepciones, los comportamientos y las elecciones relacionadas con los productos para el manejo menstrual. En el campo de la Administración, la investigación desafía la invisibilidad de la menstruación como objeto de investigación, al demostrar cómo las prácticas organizacionales, las relaciones de consumo y la formulación de políticas públicas están permeadas por estigmas menstruales. Como contribución práctica, el estudio ofrece apoyo para políticas públicas más efectivas que reconozcan la menstruación como un marcador social relevante.

Palabras clave: estigma; vulnerabilidad; género; bajos ingresos; productos para el manejo menstrual.

LISTA DE FOTOELICITAÇÕES

Fotoelicitação 1 - Desinformação	58
Fotoelicitação 2 - Crenças e Cultura	61
Fotoelicitação 3 - Precariedade Menstrual	81

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - O entrelaçamento

83

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Perfil das consumidoras	41
Quadro 2 - Variação de preços dos produtos de gestão menstrual	74
Quadro 3 - Improvisos que escorrem da falta	76

LISTA DE SIGLAS

CadÚnico - Cadastro Único

CCNE - Centro de Ciências Naturais e Exatas

CLDF - Câmara Legislativa do Distrito Federal

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MDS - Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome

MS - Ministério da Saúde

OCDE - Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico

ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

ONU - Organização das Nações Unidas

RAC - Revista de Administração Contemporânea

TCLE - Termo de consentimento livre e esclarecido

TST - Tribunal Superior do Trabalho

UNIPAMPA - Universidade Federal do Pampa

UNFPA - Fundo de População das Nações Unidas

UNICEF - Fundo das Nações Unidas para a Infância

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Problemática	14
1.2 Objetivos	17
1.2.1 Objetivo Geral	17
1.2.2 Objetivos Específicos	17
1.3 Justificativa	17
1.4 Estrutura do Trabalho	20
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	21
2.1 Menstruação e Estigmatização	21
2.2 Vulnerabilidade e Consumo	26
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	33
3.1 Caracterização geral da pesquisa	33
3.2 Método de pesquisa	34
3.3 Técnicas de coleta de evidências	35
3.3.1 Universo da pesquisa e amostragem	38
3.4 Análise dos dados	38
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	41
4.1 Perfil das consumidoras de produtos de gestão menstrual	41
4.1.1 Menstruação para as entrevistadas	45
4.2 Estigmatização no consumo de produtos de gestão menstrual	49
4.3 Vulnerabilidades no consumo de produtos de gestão menstrual	64
4.3.1 Vulnerabilidade de gênero	64
4.3.2 Vulnerabilidade socioeconômica	73
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	84
REFERÊNCIAS	89
APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA/FOTOELICITAÇÃO	107
APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)	110

1 INTRODUÇÃO

Imagina sangrar durante aproximadamente sete dias todos os meses, sentir cólicas, mudanças de humor e ainda não conseguir realizar normalmente algumas simples tarefas cotidianas, imaginou? Isso é o que a menstruação faz com as mulheres durante aproximadamente 40 anos. Ou seja, dos 365 dias do ano, em pelo menos 60 desses dias, as mulheres precisam enfrentar os desafios advindos do período menstrual.

A menstruação é caracterizada pela descamação cíclica regular de sangue e tecido mucoso do revestimento interno do útero através da vagina. Esse processo consiste na eliminação de partes do endométrio, quando não ocorre a fecundação, marcando o fim de um ciclo menstrual não gestacional. É um processo fisiológico complexo que envolve alterações hormonais e remodelação tecidual (Danesh; Nojavan, 2018; Salamonsen et al., 1999; Hunter et al., 2024).

Mesmo sendo um processo fisiológico natural do corpo humano, ainda no século 21, a menstruação é cercada por muita desinformação, tabus e estigmas. Em 1963, Goffman descreveu o estigma como uma espécie de relação entre um atributo e um estereótipo. Diversos psicólogos sociais caracterizam o estigma como uma ameaça situacional, resultando em uma situação social que influencia a forma como alguém é tratado (Yang et al., 2007).

Assim sendo, o estigma em torno da menstruação aumenta significativamente as vulnerabilidades enfrentadas pelas mulheres no período menstrual comprometendo até mesmo a saúde e os direitos das mulheres em vários contextos (Eyring; Crandall; Magnusson, 2023). Isso ocorre porque o estigma não está localizado na pessoa estigmatizada, mas sim, em um contexto social que determina um atributo como desvalorizado (Yang et al., 2007). O estigma que cerca a menstruação, se traduz em práticas que, dependendo da cultura e da classe social, impõe uma série de restrições que impedem as mulheres que menstruam de realizar tarefas normais, cotidianas como comer e preparar determinados alimentos, tomar banho, participar de determinados rituais religiosos, dentre tantas outras proibições (Beauvoir, 1970; Totti, 2013; Fáveri; Venson, 2007; Silva; Oliveira, 2024).

A forma mais convencional de conter o sangue menstrual é consumindo os absorventes higiênicos. Entretanto, nem todas as pessoas que menstruam conseguem acessar esse item de higiene pessoal (Souza; Albertti, 2023). Uma grande parte das mulheres, especialmente as de baixa renda, não têm capacidade financeira para comprar e usar itens básicos de gestão menstrual, como o absorvente (Biriwasha, 2008) e acabam utilizando meios não adequados como jornal, papel e até mesmo miolo de pão (UNICEF, 2021; Silva; Oliveira, 2024). Tais práticas são prejudiciais à saúde física e ao bem-estar das pessoas que menstruam (Cintra; Gagliani, 2023; North; Oldham, 2011).

Neste sentido, as mulheres que menstruam, experienciam vulnerabilidades socioeconômicas e de gênero que comprometem sobremaneira, a forma como cada uma delas vivencia o ciclo menstrual. Segundo Roa et al. (2023), a desigualdade financeira de gênero, em diversos países latino-americanos, agrava as condições econômicas enfrentadas pelas mulheres. Fatores como pertencimento a classes socioeconômicas mais baixas e falta de renda regular, são características individuais que são apontadas para essa lacuna de gênero na vulnerabilidade financeira (Roa et al., 2023). Essa desigualdade é intensificada pela tributação sobre os produtos de gestão menstrual, frequentemente classificados como cosméticos (Motta; Brito, 2022, Neris, 2020), o que reflete não apenas uma desconsideração das necessidades básicas das mulheres, mas também uma perpetuação da desigualdade de gênero no consumo.

Fineman (2023) argumenta que a vulnerabilidade é uma condição específica e universal, embora sua manifestação seja profundamente influenciada por fatores sociais e estruturais. Essa perspectiva amplia o entendimento da vulnerabilidade ao incluí-la como um ponto central nas discussões sobre desigualdades, destacando que o Estado tem a responsabilidade de mitigar essas condições por meio de políticas públicas equitativas (Fineman, 2023). No caso das mulheres em situação de baixa renda, a vulnerabilidade é ainda mais intensificada por dinâmicas de gênero que limitam seu acesso a recursos e bens essenciais (Roa et al., 2023), como os produtos de gestão menstrual.

Neste contexto, emerge a precariedade menstrual, fenômeno multidimensional e transdisciplinar, definida como a vulnerabilidade econômica e social que denota não apenas a insuficiência de acesso a recursos e infraestrutura relacionada a saúde feminina, mas também a falta de conhecimento por parte das pessoas que menstruam

acerca dos cuidados indispensáveis durante o ciclo menstrual (Assad, 2021; UNFPA; UNICEF, 2021). Portanto, a relação entre menstruação e dignidade humana é evidente, pois a dignidade menstrual envolve diversas condições e direitos que, quando garantidos, possibilitam uma experiência menstrual saudável e sem constrangimentos (Brito, 2021).

Desde 2014, o dia 28 de maio tem sido dedicado à reflexão e conscientização para a Higiene Menstrual a nível mundial, um dia que ficou conhecido como Dia Internacional da Higiene Menstrual. Esta iniciativa foi criada pela organização alemã WASH United, que trabalha para construir um mundo no qual todas as pessoas se beneficiem de água potável, saneamento e higiene, incluindo a gestão menstrual. A escolha da data de 28 de maio foi simbólica, uma vez que, o número 28 representa a duração média do ciclo menstrual em dias, enquanto o mês de maio (5º mês) refere-se ao número médio de dias que a menstruação dura. A campanha surgiu com o propósito de reduzir o estigma em torno da menstruação e promover a educação menstrual para toda a sociedade, reforçando a importância de atitudes positivas relacionadas à menstruação (UNICEF, 2022; WASH United, 2024).

A Organização das Nações Unidas (ONU) reconheceu também em 2014 que o acesso à higiene menstrual é um direito que requer garantias. Logo, é possível relacionar a menstruação aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), especialmente o ODS1 (Erradicação da pobreza); ODS3 (Saúde e bem-estar); ODS4 (Educação de qualidade); ODS5 (Igualdade de gênero e empoderamento feminino); ODS6 (Água potável e saneamento); e, ODS12 (Consumo e produções responsáveis), cujos propósitos essenciais são, respectivamente: acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares; garantir o acesso à saúde de qualidade e promover o bem-estar para todos, em todas as idades; garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos; alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas; garantir a disponibilidade e a gestão sustentável da água potável e do saneamento para todos; e, assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis (ONU, 2024).

Reforçando essa perspectiva, a pesquisa conduzida pelo Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS) examinou o perfil das pessoas e famílias no Cadastro Único (CadÚnico) do Governo Federal em

2013. Os resultados indicam que, por meio da análise do perfil dos cadastrados, é possível observar que a maioria dos registrados situam-se na faixa de extrema pobreza. Conforme estabelecido pela regulamentação do Cadastro Único (Decreto n. 6.135/2007), são consideradas de baixa renda as famílias com renda familiar mensal per capita até meio salário-mínimo ou a família que possua renda mensal total de todos os integrantes de até três salários-mínimos (MDS, 2013).

Ademais, em relação ao perfil dos indivíduos registrados no Cadastro Único (CadÚnico), observa-se que a maioria são mulheres. E, dentre todos, destaca-se que 66,6% dos inscritos não completaram sequer o ensino fundamental. Esses dados refletem um cenário que denota um nível elevado de vulnerabilidade entre a população de baixa renda do país (MDS, 2013). Em março de 2024 o Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS) realizou uma pesquisa que evidenciou que as mulheres continuam a desempenhar um papel central nos programas sociais, 83,4% dos benefícios do Bolsa Família foram registrados em nome de mulheres, demonstrando sua posição de destaque na gestão dos recursos familiares (MDS, 2024).

1.1 Problemática

Milhares de pessoas menstruam todos os dias, em todos os lugares, desde os primórdios e, ainda assim, a menstruação permanece como um assunto estigmatizado. Embora essa seja a realidade para uma grande parcela da humanidade, visto que 26% da população mundial menstrua (Miyake, 2023), a menstruação segue sendo um tema silenciado na sociedade (Ratti et al., 2015; Miguel et al., 2016; Arndt et al., 2018; Silva; Oliveira, 2024), especialmente quando se consideram as implicações socioeconômicas sobre os grupos mais vulneráveis. Logo, esse silêncio afeta o consumo, o cotidiano e o acesso aos itens básicos para manter a dignidade das pessoas que menstruam.

O silenciamento, tão notável da temática menstruação, reflete uma forma de estigmatização frequentemente utilizada para reforçar o controle patriarcal (Owen, 2022). Esse estigma em torno do tratamento das mulheres na sociedade está enraizado em diversas estruturas sociais, como as percepções patriarcais, as normas sociais e

culturais, os sistemas jurídicos tendenciosos e a manipulação de discursos religiosos. Esses elementos, entrelaçados, sustentam dinâmicas de opressão e marginalização que perpetuam a desigualdade de gênero e restringem as mulheres em múltiplos aspectos de suas vidas (Bolat, 2023; Göktepe, 2024).

No contexto brasileiro, aproximadamente 60 milhões de mulheres menstruam e, destas, 15 milhões não possuem acesso à água tratada e 1,5 milhão não têm banheiro em casa (UNFPA, 2022). Essa situação salienta a intersecção entre a desigualdade de gênero e a desigualdade socioeconômica, configurando um cenário de dupla vulnerabilidade. Para as pessoas que menstruam, essa(s) vulnerabilidade(s) as obrigam a recorrer a alternativas inadequadas para enfrentar o período menstrual, expondo-as a riscos de saúde (Cintra; Gagliani, 2023; North; Oldham, 2011) e exclusão social (Goffman, 1963).

Em 2023, o Governo Federal lançou o Programa Dignidade Menstrual, que começou a ser executado em 2024. O Programa visa promover a conscientização sobre a naturalidade do ciclo menstrual e a oferta gratuita de absorventes higiênicos. Portanto, garante a distribuição gratuita e continuada de absorventes higiênicos para cerca de 24 milhões de pessoas beneficiadas, que estão entre 10 e 49 anos de idade, e que não têm acesso a esse item fundamental de higiene pessoal, durante o ciclo menstrual (Ministério da Saúde, 2024).

Segundo o Ministério da Saúde (2024) para ter direito ao benefício as pessoas precisam se enquadrar em pelo menos uma das seguintes situações: estar matriculada em escola da rede pública de ensino e ser de baixa renda (meio salário mínimo); estar em situação de vulnerabilidade social extrema (com renda mensal até R\$ 218,00); estar em situação de rua. Ao observar os critérios pontuados pelo programa, é possível considerar, que muitas pessoas de baixa renda não se enquadram nos critérios estabelecidos pelo programa, logo ainda apresentam dificuldades para adquirir produtos básicos de gestão menstrual.

Em 2024, a Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF) promulgou a Lei Complementar nº 1.032/2024, que garante licença às servidoras públicas do Distrito Federal de até três dias consecutivos por mês sem prejuízo de salário, desde que comprovem sintomas severos associados ao fluxo menstrual. Tal medida parte do reconhecimento que aproximadamente 15% das mulheres que menstruam sofrem com

sintomas graves, no decorrer do período menstrual, que podem comprometer ou até impossibilitar o desempenho no trabalho.

Apesar de ser vista como um avanço no reconhecimento das necessidades específicas das mulheres, a licença menstrual pode contribuir ainda mais para a discriminação no mercado de trabalho (Widyani, 2022; Furlano, 2024), intensificando preconceitos já existentes, como a relutância na contratação de mulheres por razões como a licença-maternidade. Em alguns contextos, as mulheres podem até abrir mão do direito a licença menstrual devido ao medo de discriminação na forma de violência verbal e econômica (Widyani, 2022). Assim, é fundamental que políticas como essas sejam acompanhadas de ações educativas e culturais para combater o estigma menstrual, promovendo um ambiente de trabalho mais inclusivo e abrangente, onde os mecanismos impeçam empregadores, gerentes e outros de discriminar aquelas que se valem de seus direitos (Furlano, 2024; Widyani, 2022).

Desse modo, é possível aventar que as mulheres, especialmente as de baixa renda, estão em uma posição de dupla vulnerabilidade: uma que decorre de sua condição biológica (menstruação) e outra que resulta das desigualdades econômicas estruturais (baixa renda). Essa dupla vulnerabilidade se agrava pelo fato de que os produtos de gestão menstrual são considerados “não essenciais” em muitas políticas tributárias, com elevada tributação (Miyake, 2023). É como se as mulheres pudessem “escolher” não adquirir os produtos de gestão menstrual, assim como podem escolher consumir ou não cosméticos.

Autores como Motta e Brito (2022) e Neris (2020) reforçam essa constatação ao apontar que a tributação dos absorventes não pode persistir em classificá-los como produtos não essenciais, nutrindo assim a desigualdade de gênero e elevando o preço final ao consumidor. A tributação excessiva aumenta os custos dos absorventes, tornando sua aquisição ainda mais desafiadora para os indivíduos de baixa renda (Assad, 2021; Neris, 2020), que necessitam deste item básico para gestão menstrual. Conforme evidenciado na pesquisa conduzida por Sierra-Puentes e Arias-Aguirre (2021), a pressão econômica pode resultar na categorização de produtos essenciais como itens de luxo, visto que muitas vezes a dificuldade da aquisição decorre dos elevados custos associados a esses produtos. Essa realidade é evidenciada pelos preços elevados sobre os absorventes, uma vez que são taxados como cosméticos.

Neste contexto, surge a seguinte questão de pesquisa: **Como mulheres de baixa renda lidam com a estigmatização e a dupla vulnerabilidade no consumo de produtos de gestão menstrual?**

1.2 Objetivos

Nesta seção serão apresentados o objetivo geral e os objetivos específicos desta dissertação.

1.2.1 Objetivo Geral

Compreender como mulheres de baixa renda lidam com a estigmatização e a dupla vulnerabilidade no consumo de produtos de gestão menstrual.

1.2.2 Objetivos Específicos

- I) Identificar o perfil das consumidoras de produtos de gestão menstrual;
- II) Compreender a estigmatização no consumo de produtos de gestão menstrual;
- III) Investigar a vulnerabilidade de gênero no consumo de produtos de gestão menstrual;
- IV) Analisar a vulnerabilidade socioeconômica no consumo de produtos de gestão menstrual.

1.3 Justificativa

Embora haja uma crescente conscientização sobre as questões menstruais (Winkler; Roaf, 2015), ainda persiste uma falta de compreensão abrangente sobre como a dupla vulnerabilidade — composta pela vulnerabilidade de gênero e pela

vulnerabilidade socioeconômica — impacta diretamente a vida e as escolhas de consumo das mulheres de baixa renda. Essas dimensões de vulnerabilidade, muitas vezes interligadas, criam barreiras no acesso a produtos de gestão menstrual, perpetuando desigualdades estruturais.

A vulnerabilidade de gênero reflete as desigualdades historicamente impostas às mulheres em relação aos homens, perpetuadas por estigmas sociais e tabus culturais que ignoram as necessidades femininas (Perez, 2022). No contexto da menstruação, esses estigmas resultam em silenciamento, desinformação e marginalização (Silva; Oliveira, 2024). Quando essa vulnerabilidade de gênero se entrelaça com a vulnerabilidade socioeconômica — oriunda da desigualdade de acesso a recursos básicos —, configura-se um cenário de privação que agrava o impacto de estigmas associados à menstruação (Miller et al., 2024). Nesse sentido, a perspectiva de Fineman (2005) emerge como uma via interessante de suporte ao exame dessa situação, visto que a autora destaca a forma como o contexto socioeconômico e político amplia as condições de desvantagens, exigindo respostas institucionais que sejam equitativas e inclusivas.

Complementarmente, a abordagem de Goffman (1963) oferece uma lente teórica relevante para compreender a estigmatização no consumo de produtos de gestão menstrual, que pode resultar na exclusão social e na marginalização das pessoas que menstruam. Essa exclusão social decorrente da estigmatização é ampliada pela dupla vulnerabilidade. Assim, a aproximação das perspectivas teóricas de Fineman (2005) e Goffman (1963) permite explorar de forma mais ampla como mulheres de baixa renda lidam com a estigmatização e a dupla vulnerabilidade no consumo de produtos de gestão menstrual. Essa articulação teórica ressalta a importância de políticas públicas que façam frentes as barreiras socioeconômicas e os estigmas de gênero, promovendo maior equidade e dignidade menstrual.

As autoras Silva e Oliveira (2024) identificaram em seu recente estudo que existe uma espécie de silêncio acadêmico, em especial na área da Administração em relação ao tema menstruação. Baumgarten (2021, p. 610), corrobora ao afirmar que no campo das ciências sociais, a temática menstruação ainda encontra resistência ao ser considerada como “objeto de pesquisa”. Ademais, a autora Silva (2022) aponta que considerando o papel das universidades na produção de conhecimento sobre temas

pulsantes na sociedade, é importante que se produzam pesquisas que deem visibilidade às questões sociais com ética e posicionamento científico.

Logo, esse silêncio em torno do contexto que envolve a menstruação, destacado por Esteves (2021), que se percebe em diversas instâncias sociais, incluindo o ambiente familiar, educacional e, por conseguinte, corporativo, constitui uma questão social de todos e não somente das pessoas que menstruam. Contudo, persiste a abordagem que trata a menstruação como algo somente das pessoas que menstruam, fomentando o estigma e a desinformação que circunda esse fenômeno natural que está presente na vida de quem menstrua todos os meses (Laranja, 2022). Assim, apesar de representarem metade da população mundial, as necessidades das mulheres seguem ignoradas (Winkler; Roaf, 2015).

Além disso, conforme mencionado por Silva e Oliveira (2024) a menstruação é um tema multidisciplinar e universal que pode ser abordado por meio de inúmeras perspectivas de pesquisa, principalmente nas diferentes áreas que contemplam a Administração. As autoras ainda recomendam que mais estudos sejam empreendidos com a finalidade de trazer visibilidade à menstruação, especialmente no campo das ciências sociais aplicadas (Oliveira; Silva, 2024). Hennegan et al. (2021) corroboram com essa ideia ao mencionar que experiências menstruais carecem de uma definição formal e independente.

No estudo de Crichton et al. (2013), que buscou introduzir o conceito de precariedade menstrual para categorizar as múltiplas privações relacionadas a menstruação em ambientes com poucos recursos, as entrevistadas descreveram a falta de acesso confiável a produtos menstruais como uma das principais causas de desconforto físico, constrangimento, ansiedade, medo de serem estigmatizadas e mau humor. Assim como no estudo de Silva e Oliveira (2024), que buscou analisar a temática por meio de documentários, as autoras apontam que alguns dos principais temas abordados nos documentários são: tabu; vergonha; dores e desconfortos no período menstrual; vulnerabilidade; higiene menstrual; sustentabilidade; da menstruação; precariedade menstrual, dentre outros.

Embora alguns estudos acadêmicos tenham explorado a interseção entre a menstruação e o estigma (Casola et al., 2021; Furlano, 2024; Miller et al., 2024; Ndichu; Rittenburg, 2021; Muqaddas; Youshay, 2024; Willig; Schmidt, 2024), muitos

deles fundamentados na teoria do estigma de Goffman (1963), uma vez que o estigma como uma área de investigação das ciências sociais é frequentemente rastreado até o trabalho-chave do referido autor (Shantz et al., 2019), esta pesquisa avança ao articular a relação — menstruação e estigma — com a dupla vulnerabilidade enfrentada por mulheres de baixa renda no consumo de produtos de gestão menstrual. Ao consultar as bases de dados *Google Scholar*, *Scielo*, *Scopus* e *Web of Science*, não foi possível encontrar estudos que buscassem fazer essa articulação citada anteriormente. Portanto, esta pesquisa preenche uma lacuna teórica e é oportuna, dado o interesse atual na temática da menstruação, que pode ser observado pelas legislações recentes (Programa Dignidade Menstrual e Licença Menstrual). Além de apresentar uma contribuição inédita, ao abordar simultaneamente a menstruação, o estigma e a dupla vulnerabilidade no consumo de produtos de gestão menstrual.

Portanto, para que se possa alcançar o objetivo de minimizar a estigmatização em torno da temática da menstruação buscando contribuir para que a dupla vulnerabilidade enfrentada pelas mulheres de baixa renda tenha a devida atenção, é pertinente discutir, estudar e questionar os atuais padrões de consumo, como humanidade em geral. Desta forma, a presente pesquisa busca contribuir com a academia, sociedade, profissionais de marketing, assim como formuladores de políticas públicas acerca dos desafios cotidianos enfrentados por quem menstrua, fornecendo suporte teórico com vistas a minimizar os obstáculos ao consumo de produtos de gestão menstrual, favorecendo o bem-estar das mulheres (Ndichu; Rittenburg, 2021).

1.4 Estrutura do Trabalho

Esta dissertação estrutura-se a partir desta introdução, na qual foram especificados a problemática, os objetivos gerais e os objetivos específicos, bem como a justificativa do trabalho. Na sequência, apresenta-se a fundamentação teórica, que contempla dois tópicos, a saber: 2.1 Menstruação e Estigmatização e, 2.2 Vulnerabilidade e Consumo. Após, são delineados os principais procedimentos metodológicos que foram empregados na pesquisa, tais como a abordagem da pesquisa, o método de pesquisa utilizado e as técnicas de coleta e análise dos dados obtidos. Na

sequência, tem-se a análise e discussão dos dados, os quais foram organizados nos seguintes tópicos: 4.1 Perfil das consumidoras de produtos de gestão menstrual; 4.1.1 Menstruação para as entrevistadas; 4.2 Estigmatização no consumo de produtos de gestão menstrual; 4.3 Vulnerabilidades no consumo de produtos de gestão menstrual; 4.3.1 Vulnerabilidade de gênero e 4.3.2 Vulnerabilidade socioeconômica. Seguidas das considerações finais. Por fim, as referências utilizadas para construir a presente pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção trata da fundamentação teórica, a qual concedeu suporte para o desenvolvimento desta dissertação. Está subdividida em dois tópicos, a saber: Menstruação e Estigmatização e, Vulnerabilidade e Consumo.

2.1 Menstruação e Estigmatização

A menstruação se caracteriza como um processo fisiológico cíclico que consiste na descamação do endométrio — tecido que reveste a parede interna do útero —, acompanhado pela liberação de sangue e tecido através da vagina. Esse processo ocorre quando não há fecundação (Danesh; Nojavan, 2018; Salamonsen et al., 1999; Hunter et al., 2024). A menstruação é regulada por alterações hormonais, envolvendo principalmente o estrogênio e a progesterona, e, marca o início de um novo ciclo reprodutivo, sendo geralmente precedida pela ovulação. É também um indicador de saúde reprodutiva (Haryanti; Legiran, 2023) e está sujeita a variações individuais em termos de duração, fluxo e sintomas associados, como cólicas e alterações emocionais.

A menstruação, embora biológica, tem sido historicamente associada a tabus, preconceitos e crenças que se posicionavam como algo vergonhoso ou impuro. Essa construção social de estigma remete a tempos antigos, nos quais, em diferentes culturas, a menstruação era tratada como um estado de impureza, levando à segregação e restrição das mulheres em diversas esferas da vida (Abdullah, 2022). Na perspectiva de Goffman (1963), o estigma pode ser entendido como um atributo que desqualifica o indivíduo e o torna menos aceito socialmente. No caso da menstruação, ela é percebida como suja ou impura para estabelecer uma estrutura social e justificar comportamentos e criar divisões entre homens e mulheres (Thomas, 2007).

Durante séculos, as mulheres menstruadas foram marginalizadas por acreditarem que a menstruação representava um período durante o qual a mulher era considerada vulnerável ou poluída (Abdullah, 2022). Práticas culturais em certas comunidades

impunham que mulheres menstruadas fossem isoladas em espaços próprios, proibidas de cozinhar ou de participar de atividades religiosas (Abdullah, 2022).

Desde a menarca — nome dado a primeira menstruação — até a menopausa — termo que indica o final da menstruação — as mulheres precisam lidar com as restrições impostas no período menstrual. Algumas religiões impedem que as mulheres participem dos rituais ou até mesmo entrem nos templos (Abdullah, 2022; Kamat; Tharakan, 2021; Silva; Oliveira, 2024). Todas essas regras impactam em como as mulheres lidam com a menstruação, envolvendo-as em práticas sociais que sustentam sistemas desiguais de poder (Briggs, 2021).

Esse isolamento não apenas reforçava a ideia de que a menstruação é algo ruim que deve "ser escondido" (Miguel et al., 2016; Willig; Schmidt, 2024), mas também limita a autonomia das mulheres em seu cotidiano. Muitas mulheres ainda sofrem com dores intensas durante o ciclo menstrual, impactando ainda mais sua participação em ambientes de trabalho, educação e outros contextos (Boden et al., 2021).

Com o passar do tempo, embora tenham ocorrido mudanças significativas na sociedade, o estigma em torno da menstruação permanece, ainda que de maneira velada. Atualmente, ele se manifesta em forma de silêncio e desconforto ao tratar o tema em espaços públicos, familiares ou educacionais, perpetuando a desinformação e o constrangimento (Malefyt; McCabe, 2016; Willig; Schmidt, 2024). Estudos recentes, como o de Silva e Oliveira (2024), destacam que a ausência de diálogo aberto sobre a menstruação perpetua a falta de conhecimento sobre saúde menstrual, contribuindo para desigualdades de gênero.

Se as mulheres não podiam nem conviver em sociedade normalmente no período menstrual, quiçá falar sobre menstruação abertamente. Como consequência, elas possuem pouco ou nenhum conhecimento sobre a menstruação antes da menarca (Dubey et al., 2024; Ussher, 2017). Estudos revelam que estas percebem a menstruação “apenas como biologia”, evidenciando o desconhecimento sobre os aspectos socioculturais e fisiológicos que envolvem o tema (Bobel, 2010; Curry et al., 2022; Miguel et al., 2016) e, em alguns casos, nem sabem da sua ligação com a fertilidade e gravidez (Ussher et al., 2017). Nesse sentido, Beauvoir (1967) já apontava que o diálogo entre mães e filhas sobre menstruação é mais mistificado do que outros assuntos, como gravidez e relações sexuais.

A menstruação, ao longo das últimas décadas, tem estabelecido uma conexão entre corpo e mercado, consumo e gênero, fisiologia e tecnologia (Pelucio, 2022). Este fenômeno é acentuado devido ao fato de que, considerando que as mulheres menstruam por aproximadamente quarenta anos, sendo que em média o período menstrual tem duração aproximada de cinco dias, significa dizer que em cerca de sete anos ininterruptos de suas vidas, elas estão sangrando (Casola et al., 2021; Miyake, 2023), necessitando, conseqüentemente, de produtos menstruais para gerir o seu fluxo menstrual.

Os produtos de gestão menstrual, como absorventes e tampões, surgiram como soluções relativamente recentes, atendendo uma necessidade que foi “esquecida”, “silenciada” e deixada de lado por séculos. Uma vez que, o primeiro absorvente higiênico comercial, Kotex, foi lançado apenas em 1921, promovendo assim uma mudança para opções descartáveis que eram comercializadas como cientificamente avançadas e higiênicas (Mandziuk, 2010).

No Brasil, os absorventes descartáveis começaram a ser comercializados na década de 1930, com a introdução do Modess, da Johnson & Johnson. Inicialmente importado dos Estados Unidos em 1933, o produto passou a ser fabricado nacionalmente a partir de 1945 (Rosário; Silva, 2022). A partir dos anos 1930, outras inovações surgiram, como os tampões, lançados pela marca de produtos Tampax em 1936.

Anterior a popularização dos absorventes, as mulheres precisavam recorrer a métodos improvisados para conter o fluxo menstrual. Pedacos de pano, papel, musgo, lã, peles de animais e grama eram empregados em várias partes do mundo para criar dispositivos de contenção do fluxo menstrual (Ganguly; Satpati; Nath, 2022). A necessidade de ocultar a menstruação a qualquer custo muitas vezes impedia a higienização adequada desses materiais para evitar exibi-los em público (Castro; Mang, 2024), agravando os riscos à saúde (Cintra; Gagliani, 2023; North; Oldham, 2011).

Historicamente, os produtos de gestão menstrual foram promovidos com mensagens que reforçam a ideia de que a menstruação é algo a ser escondido e higienizado (Miguel et al., 2016; Ratti et al., 2015). Essa abordagem é mantida até os dias atuais, com anúncios que transmitem a mensagem de que a menstruação deve ser invisível, associando-a a noções de segurança e proteção (Arndt et al., 2018; Malefyt;

McCabe, 2016), representando o sangue menstrual com líquidos azuis e as embalagens dos produtos de gestão menstrual apresentadas de qualquer cor, menos vermelho (Miguel et al., 2016).

Isso reflete uma estigmatização histórica que precede o surgimento dos absorventes higiênicos, enraizada nas estruturas culturais e sociais da humanidade. Trata-se de uma forma de misoginia estrutural, que se manifesta na marginalização das vivências das mulheres ao longo da história. Estudos médicos, por exemplo, se baseavam historicamente no corpo masculino como padrão, ignorando as especificidades de um corpo feminino. Essa exclusão sistemática contribuiu para o apagamento das mulheres na história, como destaca Perez (2022), que questiona: “Se a evolução humana é conduzida por homens, seriam as mulheres sequer humanas?” (p. 18). Esse processo histórico de invisibilidade reforça o estigma em torno da menstruação e perpetua a desconexão das mulheres com seus corpos.

Em contrapartida, tem-se o movimento denominado Sagrado Feminino, um movimento de despertar, de cura, de conexão e de empoderamento de mulheres. Segundo Marques (2023) trata-se de uma corrente de mulheres que resgata o princípio feminino como um aspecto do divino, fundamentado em várias tradições espirituais e religiosas. Esse movimento busca ressignificar a menstruação, valorizando práticas que foram suprimidas na sociedade patriarcal, a qual fez com que as mulheres acreditassem que deveriam competir entre si, aderir padrões de beleza impostos e considerar seu sangue menstrual como algo impuro e vergonhoso (Machado, 2020).

Essa tentativa de reconectar-se com o corpo e resgatar o valor simbólico da menstruação também se reflete nas escolhas de produtos de gestão menstrual. Atualmente, embora absorventes e tampões descartáveis ainda sejam os mais utilizados pelas mulheres (Ernandes, 2018), alternativas mais sustentáveis — como calcinhas absorventes reutilizáveis, discos e coletores menstruais — têm ganhado espaço no mercado de consumo (Miyake, 2023). Esses produtos, muitas vezes promovidos dentro de discursos ligados ao autoconhecimento e ao cuidado com o corpo e o meio ambiente, dialogam com os valores promovidos pelo Sagrado Feminino.

Os absorventes descartáveis, embora amplamente utilizados, são frequentemente criticados por seus impactos ambientais e pela sua composição química. Uma vez que, são os principais contribuintes para os resíduos encontrados em aterros sanitários

levando centenas de anos para se decompor (Gophen, 2022; Stewart, 2009). Além disso, os impactos ambientais causados pelos absorventes vão além do descarte. Mesmo com a utilização de recursos naturais em sua composição, o absorvente não é biodegradável (CCNE, 2023). Apesar disso, a popularidade dos absorventes descartáveis permanece alta devido à sua acessibilidade, praticidade e ao marketing associado à sua ampla distribuição no mercado global (Malefyt; McCabe, 2016; Ray; Goswami; Roy, 2016).

Dentre os produtos destinados à gestão menstrual, alternativos aos tradicionais poluentes absorventes e tampões, têm-se o coletor menstrual, a calcinha menstrual e o disco menstrual (Viana, 2023), dos quais, o coletor menstrual é o produto que mais apresenta estudos. Além disso, Ernandes (2018) aponta que mulheres que adotam métodos sustentáveis para gerir a menstruação demonstram uma relação mais positiva com seu fluxo menstrual em comparação com as respondentes que optaram por absorventes descartáveis.

Apesar das muitas vantagens do coletor menstrual, a estigmatização da menstruação e do corpo feminino pode dissuadir o uso desse artigo de gestão menstrual (Ramos et al., 2023). Ademais, Zanola et al., (2018) apontam que a falta de autoconhecimento das mulheres, em decorrência do histórico de repreensão em relação ao próprio corpo, as impedem de tocar suas partes íntimas, restringindo ainda mais o aprendizado sobre elas mesmas, dificultando a adaptação ao coletor menstrual.

Outro produto de gestão menstrual que promove a sustentabilidade é o disco menstrual, que, assim como o coletor menstrual, é fabricado a partir de silicone medicinal. A distinção entre os dois está na posição em que eles são inseridos no canal vaginal: enquanto o disco permanece no final, encaixado no colo do útero, o coletor fica próximo da entrada vaginal. Esta diferença permite a prática de relações sexuais com penetração durante o uso do disco menstrual (Viana, 2023).

Há outras opções de produtos de gestão menstrual sustentável, como é o caso das calcinhas absorventes. Estas oferecem não apenas maior conforto e praticidade, mas também se destacam por sua capacidade de reduzir algumas das principais provações e limitações impostas pelos demais meios de cuidado menstrual. Dessa forma, as calcinhas menstruais representam um potencial instrumento para promover a dignidade menstrual, ao mesmo tempo em que contribuem para reduzir o impacto ambiental

causado pelo descarte frequente de produtos menstruais convencionais (Guiraldelo, 2023).

No entanto, Guiraldelo (2023) evidencia que, as calcinhas menstruais, assim como as outras opções sustentáveis no mercado, não tem seu uso generalizado pelo alto custo comparado aos absorventes descartáveis. Embora apresentem vantagens significativas em termos de custo-benefício a médio prazo, o seu investimento inicial é considerado muito superior aos absorventes convencionais.

Assim como o estudo de Han (2020) aponta que algumas das principais barreiras ao consumo sustentável de produtos de gestão menstrual, estão relacionadas ao preço alto dos produtos, falta de informação e conhecimento por parte dos consumidores. Ademais, é fundamental considerar que existe uma significativa parcela da população que menstrua em condições de vulnerabilidade social, sem acesso à água potável e saneamento básico (UNICEF, 2021), o que impossibilita a higienização dos produtos reutilizáveis.

Diante do exposto, observa-se que a estigmatização no contexto da menstruação ultrapassa o campo simbólico, afetando diretamente o acesso, a escolha e o uso de produtos de gestão menstrual (Castro; Mang, 2024). O silêncio social, as barreiras econômicas e estruturais formam um ciclo de exclusão que penaliza especialmente as populações mais vulneráveis. Assim, pensar a menstruação apenas como um processo biológico é ignorar os marcadores sociais que moldam profundamente essa experiência. A seguir, será explorado a intersecção das vulnerabilidades com o consumo.

2.2 Vulnerabilidade e Consumo

O conceito de vulnerabilidade surgiu na década de 1980, especificamente relacionado às mudanças climáticas e aos estudos de desastres. Desde então, o conceito vem evoluindo e tem sido explicado por diferentes escolas de pensamento (Biswas; Nautiyal, 2023). Vulnerabilidade, no dicionário Oxford Languages (2024), significa “qualidade ou estado do que é ou se encontra vulnerável”.

A Teoria da Vulnerabilidade, proposta por Martha Fineman, oferece uma lente inovadora para compreender a forma como a vulnerabilidade é experimentada, que varia significativamente por fatores sociais, econômicos, políticos e institucionais. Para Fineman (2023), a vulnerabilidade não é apenas uma questão individual, mas sim uma construção social, profundamente entrelaçada com as desigualdades estruturais e as relações de poder que caracterizam a sociedade contemporânea (Fineman, 2023).

Essa perspectiva destaca a responsabilidade do Estado e das instituições sociais em mitigar os impactos da vulnerabilidade por meio de políticas públicas e estruturas de apoio que promovam a equidade e o bem-estar social (Kohn, 2014). A vulnerabilidade, nesse sentido, vai além das limitações físicas ou biológicas, abrangendo também desigualdades de acesso a recursos materiais, como bens de consumo, e serviços essenciais, como saúde e educação (Carmo; Guizardi, 2018).

No campo do consumo, Baker, Gentry e Rittenburg (2005) destacam a natureza multifacetada da vulnerabilidade do consumidor, enfatizando que ela não se limita por questões demográficas, discriminação ou preconceito. O estudo de Baker, Gentry e Rittenburg (2005) sugere que a vulnerabilidade do consumidor é um estado de impotência que surge do desequilíbrio nas interações do mercado.

O conceito de vulnerabilidade do consumidor tem sido objeto de diversas investigações, abordando as implicações sociais do consumo em diferentes populações e contextos (Vitor; Leite, 2024). E, dentre as diferentes perspectivas que abrangem o conceito de vulnerabilidade, o presente estudo, baseia-se na definição de Fineman (2005), a autora menciona que a vulnerabilidade humana deve ser compreendida como uma condição universal, mas que se manifesta de forma desigual em razão da estrutura social e da distribuição de recursos.

Entre os consumidores potencialmente vulneráveis, estão aqueles que são “facilmente esquecidos” (Carlini; Robertson, 2022), muitas vezes em desvantagens ou expostos a riscos em situações de mercado (Carlini; Robertson, 2022). Smith e Cooper-Martin (1997) complementam essa visão, definindo os consumidores vulneráveis como aqueles que são mais suscetíveis a problemas econômicos, danos físicos ou psicológicos durante ou como consequência de transações comerciais, devido a características que restringem sua capacidade de maximizar o próprio bem-estar.

Dentre os diversos fatores que podem tornar um indivíduo mais suscetível a situações de vulnerabilidade no consumo, o gênero é um destes. As desigualdades estruturais e institucionais entre homens e mulheres influenciam diretamente o acesso a recursos, oportunidades (Perez, 2022) e até mesmo condições de consumo. Assim, ao considerar a vulnerabilidade do consumidor, reconhece-se como a desigualdade de gênero aprofunda essa condição, impondo barreiras adicionais que sustentam sistemas desiguais de poder (Briggs, 2021).

A acessibilidade a recursos básicos, como transporte, educação e assistência à saúde, amplia essa vulnerabilidade. Muitas das estruturas sociais foram desenvolvidas sem considerar as necessidades das mulheres, tornando o mundo um espaço predominantemente pensado para os homens. Exemplos cotidianos dessa desigualdade incluem a temperatura dos escritórios ajustada com base em padrões masculinos, impactando o conforto feminino (Perez, 2022). Como apontado por Beauvoir (1970), a sociedade foi estruturada para os homens, enquanto as mulheres são tratadas apenas como "os outros".

A sobrecarga de trabalho, tanto remunerado quanto não remunerado, também é um exemplo emblemático dessa vulnerabilidade. O editorial “Mulheres Exaustas: Sobre Incômodos e o Fazer Ciência na Contemporaneidade” da Revista de Administração Contemporânea (RAC, 2023) trouxe relatos de pesquisadoras sobre a exaustão devido à múltipla jornada de trabalho, que inclui as demandas profissionais, domésticas e acadêmicas. Esse cenário evidencia a desigualdade na distribuição das responsabilidades e os impactos físicos e emocionais que recaem desproporcionalmente sobre as mulheres (Guimarães et al., 2023).

Além da sobrecarga de trabalho, a vulnerabilidade também se reflete no acesso a oportunidades e na desigualdade salarial. Apesar de apresentarem maior frequência escolar e nível educacional superior ao dos homens, as mulheres continuam recebendo menos oportunidades de ascensão profissional e salários inferiores (IBGE, 2024). Essa disparidade, enraizada em questões históricas, reforça a vulnerabilidade socioeconômica, ampliando a desigualdade de gênero no mercado de trabalho.

No contexto dos produtos de gestão menstrual, o controle limitado sobre a experiência com esses produtos e a disponibilidade restrita de opções podem contribuir

coletivamente para a vulnerabilidade (Ndichu; Upadhyaya, 2023). Muitas vezes, as mulheres precisam recorrer a alternativas improvisadas (Silva; Oliveira, 2024), deixar de comprar outros produtos, perder eventos e oportunidades por não possuírem itens adequados para gerenciar seu fluxo menstrual (Miller et al., 2024). Como consequência dessa privação, tem-se um aumento da ansiedade devido ao risco de exposição social e à consequente estigmatização (Briggs, 2021).

Outrossim, os produtos destinados à gestão menstrual são categorizados e tributados como cosméticos, o que resulta em um encarecimento do valor final destes produtos (Motta; Brito, 2022, Neris, 2020). Souza e Albertti (2023) apontam que a estimativa de gasto com absorventes é alta, pois, em média, as pessoas que menstruam têm 450 ciclos ao longo da vida, o que gera um gasto estimado em seis mil reais.

Todas essas questões relacionadas à desigualdade feminina na tributação e consumo são atribuídas ao termo “Pink Tax”, “Tributo Rosa” ou “Taxa Rosa”, uma expressão comumente utilizada para descrever o sobrepreço aplicado a produtos e serviços “rosas”, ou seja, direcionados ao público feminino (Miyake, 2023; Gonçalves, 2022). Dessa maneira, a “Taxa Rosa” representa uma estratégia do mercado para inflacionar o custo de produtos femininos, simplesmente por ser cor de rosa, mesmo que, em muitas vezes, possuam características idênticas aos masculinos e desempenham a mesma função (Gonçalves, 2022).

Portanto, os altos preços dos produtos de gestão menstrual, que ainda são tributados como cosméticos (Motta; Brito, 2022, Neris, 2020), dificultam o acesso a esses itens pelas mulheres. Logo, é neste momento que muitas mulheres se deparam com as restrições de consumo ou acesso ao produto buscado, o que as tornam mais suscetíveis a vivenciarem experiências de vulnerabilidade no consumidor.

No estudo conduzido por Schmitt et al. (2023), quase todas as entrevistadas indicaram ter enfrentado alguns desafios financeiros na compra de produtos menstruais desde o início da pandemia da COVID-19. Essa dificuldade pode ser explicada pelo fato de que as mulheres menstruam, em média, por cerca de 40 anos de suas vidas, o que implica a necessidade de produtos de gestão menstrual, que representam um custo significativo nas finanças mensais (Miyake, 2023).

O conceito de precariedade menstrual, explana essa realidade complexa. Ele abrange não apenas a insuficiência de acesso a recursos e infraestrutura, mas também a falta de conhecimento por parte das pessoas que menstruam acerca dos cuidados indispensáveis durante o ciclo menstrual (UNFPA, 2021). Uma das consequências da falta de acesso a produtos de gestão menstrual é a ausência escolar de meninas que menstruam, especialmente em contextos de pobreza (Oruko et al., 2015; UNFPA, 2021). Essa realidade é agravada por sintomas menstruais, como dores, alterações hormonais e desconfortos, que podem reduzir a participação das mulheres em esferas sociais e educacionais (Boden et al., 2021).

Outro ponto crucial está relacionado às condições de infraestrutura disponíveis para o gerenciamento menstrual. Mulheres e meninas de famílias com menor renda têm menos probabilidade de ter acesso a espaços limpos, privados e seguros para cuidar de sua higiene durante a menstruação (Rossouw; Ross, 2021). A ausência de privacidade e infraestrutura adequada dos banheiros expõe as mulheres ainda mais a situações de vulnerabilidade, constrangimento e riscos à saúde (UNFPA, 2021). Além disso, a falta de infraestrutura adequada dificulta o uso de alternativas sustentáveis, como o coletor menstrual, que exige lavagem e higienização periódica.

Essas questões ressaltam a necessidade de iniciativas como a licença menstrual, um benefício legal que, em alguns países, permite que as mulheres possam se ausentar do trabalho em razão de desconfortos relacionados à menstruação (Furlano, 2024, Widyani, 2022). No entanto, a licença menstrual precisa ser acompanhada de esforços mais amplos (Furlano, 2024, Widyani, 2022), como a garantia de acesso a produtos de gestão menstrual e a melhoria das condições estruturais nos espaços públicos e de trabalho, de modo a garantir que as mulheres possam lidar com seu ciclo menstrual sem comprometer à sua saúde, dignidade e produtividade.

Estudos recentes apontam que muitas mulheres, mesmo enfrentando fortes dores e desconforto, não utilizam a licença menstrual por temerem repercussões profissionais negativas (Widyani, 2022). Como resultado, muitas recorrem ao uso de analgésicos para suportar o período menstrual (Widyani, 2022). Essa realidade evidencia a necessidade de promover culturas organizacionais nas quais as mulheres se sintam confortáveis usufruindo seu direito (Furlano, 2024; Widyani, 2022). Como destacam Olson et al. (2022), é preciso reconhecer o poder invisível do estigma e seus impactos em todas as

esferas da vida para que ele possa ser efetivamente desafiado, desmantelado e redefinido.

Portanto, a população feminina, que já enfrenta vulnerabilidades decorrentes das desigualdades de gênero, têm sua condição agravada durante o período menstrual. Muitas, devido às condições socioeconômicas restritas, são levadas a usar fraldas, trapos e outros materiais anti-higiênicos devido à falta de acesso a itens higiênicos (Somroo et al., 2023; Oruko et al., 2015). Essas práticas, além de expor as mulheres aos riscos de saúde (Cintra; Gagliani, 2023; North; Oldham, 2011), perpetuam a desigualdade e a exclusão social (Goffman, 1963). Como argumentam Hill (1995) e Peñaloza (1995), a estigmatização e a discriminação influenciam a vulnerabilidade do consumidor. Essa articulação entre vulnerabilidade de gênero e a vulnerabilidade socioeconômica, nesta pesquisa, é tratada como dupla vulnerabilidade.

Nesse contexto, iniciativas como o Programa Dignidade Menstrual (2024), que busca fornecer produtos de gestão menstrual de forma gratuita para pessoas de baixa renda que menstruam no Brasil, surgem como respostas importantes. No entanto, como argumentam Glayzer et al. (2024), a distribuição de produtos é apenas parte da solução. Para combater as assimetrias sociais e econômicas enfrentadas pelas pessoas vulneráveis e que menstruam, é fundamental que as legislações, bem como as políticas públicas sejam ampliadas para educação menstrual (Glayzer et al., 2024; Junior, 2024). Só assim será possível garantir maior dignidade, autonomia e equidade para as mulheres.

A vulnerabilidade socioeconômica refere-se às condições em que indivíduos ou grupos enfrentam restrições de acesso a recursos básicos, como educação, saúde, moradia, emprego e renda (Carmo; Guizardi, 2018). Essas limitações determinam a capacidade de escolha desses consumidores, que, muitas vezes, sequer conseguem escolher o que irão consumir. Nesse contexto, Hill (2001) destacou que a vulnerabilidade das pessoas de baixa renda é resultado de fatores externos, como a escassez de acesso a bens e serviços, evidenciando o impacto das desigualdades no consumo.

Assim, a renda exerce uma influência direta sobre a forma como essas mulheres vivenciam o período menstrual. O estudo de Schmitt et al. (2023) revelou que alterações nas situações financeiras levaram muitas participantes a mudar de sua marca ou tipo de

produto menstrual preferido por outros genéricos ou de menor custo ou, em alguns casos mais extremos, para materiais improvisados, como papel higiênico ou toalhas de papel.

Vitor e Leite (2024) enfatizam em seu estudo que as limitações econômicas impactam as opções de compra, assim como o bem-estar emocional das pessoas. Em consonância com esses resultados, o estudo de Chauvel e Mattos (2008) destaca que algumas estratégias de racionalização durante o processo de compra frequentemente colocam a família e os filhos como prioridades. Assim como, a compra de alimentos é priorizada por famílias em situação de pobreza (Moreira, 2021).

Essas limitações econômicas e sociais exercem influência significativa sobre o comportamento de compra das mulheres, especialmente no que diz respeito aos produtos menstruais, os quais representam uma parcela considerável do orçamento familiar de pessoas das Classes D e E (baixa renda) (Miyake, 2023). Chauvel e Mattos (2008) destacam que a escassez de recursos é um dos principais fatores em torno dos quais se organizam a gestão do orçamento e as escolhas de compra e consumo.

No Brasil, embora haja avanços nas últimas décadas, ainda são relativamente limitadas as investigações acadêmicas e de mercado voltadas especificamente ao comportamento de consumo das pessoas de baixa renda (Chauvel; Mattos, 2008; Rocha; Silva, 2008; Bollick; Pedroso, 2021), apesar de constituir a parcela mais ampla da população brasileira (Rocha; Silva, 2008), mais especificamente, a população de baixa renda representa quase 50% da população brasileira. Quanto ao mundo, representa 4 bilhões de pessoas (Bollick; Pedroso, 2021).

É importante destacar que somente após os trabalhos de Prahalad e Hart (2002) e Prahalad e Hammond (2002) o consumidor de baixa renda começou a ser visto como consumidor, com desejos de obter produtos de diversas naturezas.

Neme-Chaves e Sierra-Puentes (2024) e Bharti et al. (2014) apontam que estudos que busquem estudar a base da pirâmide econômica, ou seja, baixa renda, permitem trazer visibilidade a esse consumidor, identificando e expondo os problemas que em termos de consumo o aflijam, para assim diminuir o estereótipo de estigmatização ao qual este grupo populacional está normalmente associado. Lewis et

al. (2023) corroboram ao mencionar que esses estudos podem dar voz às pessoas vulnerabilizadas.

O estudo conduzido por Carlini e Robertson (2022) oferece evidências que destacam a importância de incorporar os consumidores vulneráveis nas pesquisas, como um meio de promover sua inclusão e representatividade nos resultados do estudo. Dessa forma, esses consumidores não devem ser tratados apenas como objetos de pesquisa e sim como parte integrante do escopo investigativo.

A Teoria da Vulnerabilidade de Fineman (2005) oferece uma estrutura teórica robusta para compreender as múltiplas dimensões dessa questão. Ao posicionar a vulnerabilidade como uma condição universal, mas diferentemente experimentada (Fineman, 2023), a teoria abre espaço para análises que desafiam a ideia de que consumo é uma escolha puramente individual e racional. Em vez disso, enfatiza que o consumo é moldado por fatores externos, como acesso desigual a recursos e políticas públicas insuficientes, que muitas vezes perpetuam ciclos de exclusão e privação (Hill, 2001).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção descreve os procedimentos metodológicos empregados para o desenvolvimento desta dissertação, cujo objetivo é compreender como mulheres de baixa renda lidam com a estigmatização e a dupla vulnerabilidade no consumo de produtos de gestão menstrual. Para isso, recorreu-se a abordagens que auxiliaram na classificação da pesquisa e na escolha do método e das técnicas de operacionalização. Assim, a primeira seção apresenta a caracterização da pesquisa. Na sequência, relata-se o método adotado. Após, apresenta-se as técnicas de coleta de dados. Na subseção subsequente, o instrumento de coleta e a técnica de análise de dados.

3.1 Caracterização geral da pesquisa

As pesquisas podem ser caracterizadas a partir de classificações quanto a seus objetivos e sua abordagem. Portanto, a depender dos objetivos propostos para esta dissertação a pesquisa classifica-se como exploratória. Creswell (2014) enfatiza a importância de uma pesquisa exploratória para entender contextos, experiências e significados em situações complexas, sendo, portanto, indicada quando há escassez de informações disponíveis sobre o tema em questão, como se verifica no contexto da temática abordada nesta dissertação.

Quanto à abordagem, essa pesquisa adotou uma abordagem qualitativa. Denzin e Lincoln (2006) conceituam a pesquisa qualitativa como um conjunto de práticas materiais e interpretativas que exploram em profundidade os significados das ações sociais. Os autores enfatizam a coleta e análise de uma multiplicidade de materiais empíricos com a finalidade de descrever os momentos e significados das experiências humanas.

Conforme Medeiros (2012), a condução de uma pesquisa qualitativa requer o estabelecimento de uma relação de confiança entre o pesquisador e o participante. O autor menciona ainda que o pesquisador qualitativo deve sustentar a pesquisa por referenciais teóricos e metodológicos que norteiam todo o processo de estudo.

Entretanto, ressalta que é imprescindível cuidar para que a técnica não prevaleça no processo da pesquisa como um todo, abrindo espaço para a criatividade acompanhá-lo ao longo de toda a pesquisa.

Dessa forma, o estudo proposto é de abordagem qualitativa, uma vez que a pesquisa se preocupa em capturar um nível de realidade que não pode ser mensurado quantitativamente (Muylaert et al., 2014). Além disso, como evidenciado por Barbosa, Noronha e Pifer (2020), as técnicas qualitativas permitem aos pesquisadores compreender em profundidade as experiências e comportamentos dos grupos investigados, conforme realizado nesta pesquisa.

3.2 Método de pesquisa

Para a execução da pesquisa de dissertação, apoiou-se no método pesquisa narrativa, conforme delineado por Clandinin e Connelly (2000). Este método inicia-se com a exploração das experiências expressas nas narrativas vividas e compartilhadas pelos entrevistados (Creswell, 2014). O autor ressalta que pesquisadores que adotam a pesquisa narrativa buscam coletar histórias de indivíduos, bem como documentos relacionados às experiências vivenciadas por eles. Clandinin e Connelly (2000) se referem a essas narrativas como “textos de campo”. Logo, os participantes de uma pesquisa podem registrar suas histórias em um diário ou o pesquisador pode observá-los e fazer anotações de campo.

Desse modo, destaca-se uma forte característica fundamental da pesquisa narrativa: sua natureza colaborativa, uma vez que a história emerge por meio da interação e do diálogo entre o pesquisador e o participante (Creswell, 2014). Além disso, a pesquisa narrativa seleciona um ou mais indivíduos com histórias ou experiências de vida a serem contadas e dedica-se a passar um tempo considerável coletando suas narrativas por meio de vários tipos de obtenção de informações (Creswell, 2014).

3.3 Técnicas de coleta de evidências

Na pesquisa social, o instrumento de coleta refere-se a ferramenta utilizada para obtenção de dados ou evidências de pesquisa. Portanto, neste estudo, os instrumentos utilizados foram constituídos por um roteiro de entrevista semiestruturado com questões narrativas, destinado a orientar as entrevistas conduzidas; a fotoelicitação, também como auxílio nas entrevistas narrativas e, diário de campo da pesquisadora.

A técnica de entrevista pode ser descrita como a técnica que o pesquisador apresenta ao seu público-alvo e lhe faz perguntas com o objetivo de obter os dados relevantes para a investigação (Gil, 2008). O referido autor ainda destaca que a entrevista figura como uma das técnicas de coleta mais utilizadas nas ciências sociais, sendo reconhecida por sua eficácia na obtenção de dados em profundidade acerca do comportamento humano.

Portanto, para atender aos objetivos propostos neste estudo, foram conduzidas entrevistas narrativas. A narrativa, enquanto forma de comunicação, visa transmitir conteúdos que possibilitam a comunicação das experiências subjetivas (Muylaert et al., 2014). Além disso, revela-se um importante instrumento para se realizar pesquisas qualitativas, fornecendo aos pesquisadores dados capazes de gerar um conhecimento científico autêntico e fundamentado na compreensão fiel dos relatos, uma vez que possibilitam o aprofundamento das investigações, combinar histórias de vida a contextos sócio-históricos, facilitando a compreensão dos sentidos que influenciam mudanças nas crenças e valores que motivam e justificam as ações dos entrevistados (Muylaert et al., 2014).

A formulação do roteiro de entrevista (APÊNDICE A) baseou-se em uma revisão da literatura, na qual foram incorporadas observações e sugestões identificadas em estudos recentes no contexto da menstruação e do consumo de produtos de gestão menstrual (Boden et al., 2021; Duarte, 2021; Ernandes, 2018; Laske; Konjer; Meier, 2024; Prince; Annison, 2022; Schmitt et al., 2024; Viana, 2023; Wons, 2019) com base nas teorias estudadas.

Creswell (2014) recomenda que, em entrevistas narrativas, o pesquisador capture informações por meio de diferentes tipos de fontes. Alguns exemplos dados pelo autor são: cartas, fotografias, documentos, correspondências, diários, entre outros.

Complementando essas técnicas, com a finalidade de capturar ainda mais informações acerca da temática, utilizou-se de materiais visuais. O método qualitativo que incorpora o uso de fotos é denominado fotoelicitação, sendo sua prática relativamente recente nas pesquisas em marketing (Sresnewsky et al., 2018). Ao expor as fotos para os entrevistados, são proporcionados desafios estimulantes que incentivam a necessidade de explicação por parte destes (Heisley; Levy, 1991). Assim como corroboram os autores Dodds, Bulmer e Murphy (2018) ao apontar em seu estudo que as fotografias suscitam informações, evocam sentimentos e despertam memórias que as palavras por si só não conseguem.

Neste estudo, a pesquisadora manteve um diário de campo para documentar as interações com as entrevistadas e outros eventos relevantes para a pesquisa. Cinco das vinte entrevistadas aceitaram participar da entrevista de forma presencial, o que possibilitou uma imersão mais profunda nas suas realidades. Em um dos encontros, a pesquisadora foi até a casa da entrevistada, onde compartilharam um café da tarde antes da realização da entrevista, após a entrevistas seguiram conversas. Já em uma outra entrevista, a pesquisadora foi até o local de trabalho da entrevistada, o que possibilitou interagir com outras mulheres que trabalhavam no local, e que mesmo não sendo diretamente entrevistadas, interagiram com a pesquisadora, relatando suas experiências com a menstruação. Outras duas entrevistadas foram até a universidade em que a pesquisadora estuda (Universidade Federal do Pampa), onde realizaram a entrevista em uma sala reservada. E, por fim, uma das entrevistadas se fez presente na casa da pesquisadora para a entrevista, a qual foi realizada em um ambiente reservado. Ressalta-se que em todas as entrevistas, a pesquisadora tentou ao máximo trazer um ambiente confortável para que as entrevistadas pudessem compartilhar suas experiências com maior tranquilidade.

Outrossim, a pesquisadora também participou, junto ao Grupo de Pesquisa Consumo e Sociedade (GPCS), que também estuda menstruação, da realização de nove palestras informativas e educacionais ministradas em diversas escolas do município de Santana do Livramento/RS. As atividades foram conduzidas pela pesquisadora, pela

professora coordenadora do grupo e por três bolsistas de iniciação científica vinculadas ao projeto de pesquisa intitulado **MENSTRUAÇÃO: Vamos falar sobre isso na Administração?**, e eram adaptadas conforme a faixa etária das turmas atendidas, abrangendo desde pré-adolescentes até adolescentes. Durante essas atividades, foram observadas e registradas no diário de campo diversas informações relevantes sobre o tema da pesquisa. Dessa forma, o diário de campo tornou-se um instrumento essencial para a contextualização dos dados, permitindo uma análise mais ampla e detalhada das interações e observações realizadas ao longo do estudo, em conformidade com as recomendações de Clandinin e Connelly (2000) e Creswell (2014).

O material visual, iniciado pelo pesquisador, fornece maior controle sobre a coleta de dados, constituindo uma ferramenta útil para estudos que visam investigar fenômenos sociais (Dodds; Bulmer; Murphy, 2018). Dumangane (2022) sugere a utilização da fotoelicitação para explorar questões sensíveis e atuais, envolvendo-os em abordagens participativas e reflexivas para questões sensíveis, ofensivas e raramente exploradas. O autor ainda reforça que não teria descoberto relatos tão ricos e perspicazes das experiências ofensivas e discriminatórias em seu estudo sem o uso dessa técnica. Portanto, neste estudo, utilizou-se fotogramas extraídos do estudo de Silva e Oliveira (2024) durante as entrevistas que representavam tópicos relevantes para atingir aos objetivos específicos propostos nesta pesquisa, escolhidas anteriormente pela pesquisadora com a finalidade de fomentar a discussão em torno do tema em questão. Os fotogramas utilizados podem ser visualizados no Apêndice A, enquanto a filmografia empregada por Silva e Oliveira (2024) na seleção desses fotogramas está listada após as referências. Logo, esta abordagem não só oferece informações valiosas sobre a experiência “vívda” do consumidor, mas também proporciona uma compreensão mais profunda do fenômeno estudado (Dodds; Bulmer; Murphy, 2018).

3.3.1 Sujeitos da pesquisa

A pesquisa foi realizada predominantemente na cidade de Santana do Livramento/RS, com mulheres que se encaixavam em determinados filtros definidos previamente: ser mulher; menstruar; ter renda familiar inferior a três salários mínimos (R\$ 4.236); não utilizar o Programa Dignidade Menstrual. As participantes foram sendo

localizadas, inicialmente, por meio de indicações surgidas durante as palestras realizadas nas escolas da cidade ou conversas informais sobre o tema, nas quais algumas mulheres foram identificadas como possíveis enquadradas nesses critérios. No entanto, o estudo também contou com a participação de entrevistadas de outras localidades, como Porto Alegre (RS), Manaus (AM), Mogi Mirim (SP) e até mesmo Montevideú, no Uruguai.

Anterior às entrevistas foram realizados seis pré-testes do roteiro de entrevista com mulheres que se encaixavam nos filtros definidos pelo estudo. Após alguns ajustes no roteiro, a coleta foi iniciada. No total, 35 mulheres foram contatadas: seis participaram do pré-teste, duas não se enquadravam nos filtros, onze sequer retornaram, uma se recusou a participar ao saber do tema que seria tratado. As outras 15 mulheres participaram da entrevista e, por meio da técnica bola de neve, indicaram outras potenciais entrevistadas que se encaixavam nos filtros da presente pesquisa. Ao final, foram realizadas entrevistas com 20 mulheres, sendo que cinco foram no formato presencial e quinze de forma remota. As entrevistas aconteceram de setembro de 2024 a novembro de 2024.

As entrevistadas selecionadas eram mulheres que, apesar de serem de baixa renda, não foram contempladas no Programa Dignidade Menstrual para obtenção de absorventes gratuitos, pois não atendiam aos critérios definidos pelo Ministério da Saúde (2024). Os critérios do programa incluem: ter entre 10 e 49 anos; estar matriculada em escola da rede pública de ensino e ser de baixa renda (meio salário mínimo); estar em situação de vulnerabilidade social extrema (com renda mensal até R\$ 218,00); estar em situação de rua.

Embora a seleção da pesquisa tenha sido mulheres que não foram contempladas pelo programa, observou-se durante a coleta dos dados que algumas entrevistadas poderiam atender aos requisitos estabelecidos, ou seja, poderiam ter o direito de acessar o Programa Dignidade Menstrual mas, por falta de informação ou acesso, não foram beneficiadas. Dessa forma, buscou-se incluir mulheres com renda familiar de até três anos mínimos, considerando de baixa renda conforme o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS, 2013), mas que não receberam o auxílio previsto pelo Programa Dignidade Menstrual.

3.4 Análise dos dados

Para esta pesquisa, optou-se pela aplicação da análise temática. A análise temática representa um método para identificar, analisar e relatar padrões (temas) nos dados. Segundo as autoras Braun e Clarke (2006) esta abordagem permite uma organização e descrição minuciosa do conjunto de dados, resultando em informações de elevado detalhamento e riqueza interpretativa. Além disso, outro aspecto relevante destacado pelas autoras Braun e Clarke (2006) e Souza (2019) é que os resultados obtidos por meio da análise temática são, frequentemente, acessíveis a pessoas com formação geral, o que se alinha com o objetivo deste estudo de proporcionar dados acessíveis para além do âmbito acadêmico.

Considerando o exposto, justifica-se a pertinência da utilização da análise temática de Braun e Clarke (2006). Esta abordagem é selecionada devido à sua acessibilidade e flexibilidade teórica, aspectos cruciais para a análise de dados qualitativos (Souza, 2019). Além disso, a análise temática, pela sua liberdade teórica, emerge como uma ferramenta capaz de fornecer uma narrativa detalhada e rica (Braun; Clarke, 2006).

Ademais, Souza (2019) sugere que durante a condução da análise temática, seja realizada a prática de anotações constantes. Tal prática é destacada pela importância atribuída ao registro contínuo de ideias, insights, rascunhos e esquemas. Este procedimento ressalta o papel ativo e fundamental do pesquisador no processo de análise de dados, além de demonstrar que se trata, de fato, de um processo, com material em constante construção e transformação. Assim como a pesquisadora o fez anotando observações em um diário de campo durante toda a coleta de dados. O diário de campo iniciou em maio de 2024 e foi até dezembro de 2024, resultando em cinco páginas de Word.

Souza (2019) descreve em seu estudo as seis fases da análise temática, fundamentadas nos estudos de Braun e Clarke (2006). A primeira fase, intitulada “Familiarização com dados”, envolve a transcrição e revisão dos dados, assim como a leitura e releitura do conjunto de informações, e a anotação de ideias iniciais durante esse processo. Nesta fase, as entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas

com o auxílio da ferramenta de IA Clipto.AI (<https://www.clipto.com/pt>), totalizando 184 páginas de transcrição. Após a transcrição automática, a pesquisadora realizou uma revisão minuciosa dos textos para garantir a precisão e fidelidade das falas das participantes. Essa etapa permitiu um primeiro contato aprofundado com os dados, facilitando a imersão no conteúdo e a identificação de padrões iniciais.

A fase seguinte, denominada “Gerando códigos iniciais”, consiste na codificação sistemática dos aspectos relevantes dos dados em todo o banco, e na organização dos extratos relevantes a cada código. Com as transcrições finalizadas e revisadas, iniciou-se a codificação inicial dos dados. A pesquisadora identificou elementos significativos nas falas das entrevistadas e os categorizou por meio da atribuição de códigos. Para facilitar a organização, as falas foram destacadas com diferentes cores, de acordo com o código correspondente, permitindo uma visualização clara dos padrões emergentes.

A terceira fase, chamada “Buscando temas”, é o momento em que o pesquisador procura agrupar os códigos em potenciais temas, reunindo todos os dados pertinentes a cada tema em potencial. A partir dos códigos gerados na etapa anterior, iniciou-se a fase de agrupamento. Os códigos com temas semelhantes foram reunidos, formando categorias mais amplas. Esse processo possibilitou a construção de temas iniciais, os quais foram analisados em relação ao objetivo da pesquisa e às questões teóricas envolvidas.

A quarta fase, “Revisão dos temas”, visa verificar se os temas funcionam em relação aos extratos e ao banco de dados como um todo, e a elaboração de um mapa temático da análise. Os agrupamentos de códigos foram refinados para garantir coerência e abrangência. Alguns temas foram desmembrados em subtemas para maior especificidade, enquanto outros foram fundidos em um único tema, quando apresentavam forte entrelaçamento. Nessa etapa, foram realizadas diversas revisões para assegurar que os temas representassem os dados coletados.

Na quinta fase, “Definindo e nomeando os temas”, ocorre a refinação dos detalhes de cada tema e a história que a análise proporciona, além da definição e atribuição de nomes claros a cada tema. Após a revisão, os temas foram claramente definidos e nomeados, considerando sua essência e contribuição para a compreensão do fenômeno estudado. Essa etapa envolveu um aprofundamento teórico, buscando

conectar os achados às discussões sobre vulnerabilidades e estigma no consumo de produtos de gestão menstrual.

Por fim, na fase seis, “Produção do relatório”, o pesquisador oferece exemplos vívidos, realiza uma análise final dos extratos selecionados em relação à pergunta de pesquisa e à literatura relevante, e elabora um relato científico da análise realizada. Os temas consolidados foram descritos e analisados detalhadamente no relatório da pesquisa. As anotações do diário de campo foram integradas à análise quando pertinentes, enriquecendo a interpretação dos dados e proporcionando um olhar mais contextualizado sobre as experiências das participantes.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Nesta seção, serão apresentados os resultados obtidos a partir da realização da pesquisa. Assim, os dados foram organizados nos seguintes tópicos: 4.1 Perfil das consumidoras de produtos de gestão menstrual; 4.1.1 Menstruação para as entrevistadas; 4.2 Estigmatização no consumo de produtos de gestão menstrual; 4.3 Vulnerabilidades no consumo de produtos de gestão menstrual; 4.3.1 Vulnerabilidade de gênero e 4.3.2 Vulnerabilidade socioeconômica.

4.1 Perfil das consumidoras de produtos de gestão menstrual

Neste tópico, apresenta-se o perfil das participantes do estudo. A pesquisa contemplou entrevistas com 20 mulheres, caracterizando-as por meio de informações como nome, idade, naturalidade, escolaridade, profissão, estado civil, além de outros aspectos relevantes ao perfil socioeconômico e demográfico. Com a finalidade de preservar a identidade das entrevistadas, optou-se pela utilização de pseudônimos baseados em 20 tonalidades da cor vermelha, escolhidos devido à sua forte associação simbólica e cultural com a menstruação. Conforme pode ser observado no Quadro 1 abaixo.

Quadro 1 - Perfil das consumidoras

Nome	Idade	Naturalidade	Escolaridade	Profissão	Estado Civil	CadÚnico
-------------	--------------	---------------------	---------------------	------------------	---------------------	-----------------

Vermelha	30	Santana do Livramento/RS	Ensino Superior Incompleto	Desempregada	Solteira	Sim
Carmesim	46	Santana do Livramento/RS	Ensino Médio Completo	Auxiliar de produção	União estável	Sim
Escarlate	35	Santana do Livramento/RS	Ensino Fundamental Completo	Atendente	Casada	Sim
Grená	27	Porto Alegre/RS	Ensino Médio Completo/ Tecnólogo	Técnica de enfermagem	Solteira	Sim
Rubra	25	Manaus/AM	Ensino Superior Completo	Analista de laboratório	Solteira	Sim
Bordô	37	Santana do Livramento/RS	Quinta Série/Ano	Dona de casa	Casada	Sim
Amaranto	48	Santana do Livramento/RS	Quinta Série/Ano	Dona de casa	Casada	Não
Amora	27	Santana do Livramento/RS	Ensino Superior Completo	Auxiliar financeira	Casada	Sim
Magenta	41	Santana do Livramento/RS	Ensino Médio Completo	Auxiliar de limpeza	Casada	Sim
Fúcsia	25	Mogi Mirim/SP	Ensino Superior Incompleto	Operadora de caixa	Solteira	Sim
Alizarina	25	Santana do Livramento/RS	Pós-Graduação Incompleta	Designer gráfico	Solteira	Não
Cornalina	23	Santana do Livramento/RS	Ensino Superior Incompleto	Estudante	Solteira	Não
Sangria	23	Santana do Livramento/RS	Ensino Superior Completo	Gestora pública	Solteira	Sim
Púrpura	40	Santana do Livramento/RS	Ensino Médio Completo	Atendente	Solteira	Sim
Marsala	22	Manaus/AM	Ensino Médio Completo/ Técnico Incompleto	Estudante	Solteira	Não
Rosê	54	Santana do Livramento/RS	Ensino Médio Completo	Autônoma	Divorciada	Sim
Merlot	23	Santana do Livramento/RS	Pós-Graduação Incompleta	Estudante	Solteira	Sim

Terracota	25	Santana do Livramento/RS	Ensino Médio Completo	Dona de casa	União estável	Sim
Cardeal	38	Montevidéu/UY	Segundo do Liceu	Catadora	Solteira	Sim
Borgonha	18	Santana do Livramento/RS	Ensino Médio Incompleto	Jovem Aprendiz	Solteira	Sim

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

O Quadro 1 demonstra que a faixa etária das entrevistadas varia entre 18 e 54 anos. A escolha de incluir apenas participantes maiores de idade se deu para garantir que as participantes tenham capacidade legal para consentir a entrevista, haja vista o termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) entregue às participantes quando do agendamento das entrevistas. Dentro dessa faixa etária, a pesquisa conseguiu abarcar experiências de diferentes momentos da vida menstrual das participantes do estudo. Por exemplo, Borgonha, com 18 anos, representa as mulheres que estão iniciando a independência financeira e o consumo dos próprios produtos de gestão menstrual. *“Então, agora que eu estou trabalhando, não”* [dependo mais], comenta Borgonha, destacando a transição de uma relação de dependência financeira para a aquisição dos produtos para gerir seu fluxo menstrual, para uma autonomia.

No outro extremo da faixa etária, Rosê, com 54 anos, ilustra a proximidade da menopausa, que geralmente ocorre em torno dos 50 anos (Amabis; Martho, 2016). Estudos complementares apontam uma idade média de 51,2 anos, com variações entre 28 e 58 anos (Pedro et al., 2003). Assim, o intervalo etário das participantes oferece uma diversidade de experiências relacionadas ao consumo de produtos menstruais.

Além disso, a maioria das mulheres entrevistadas é natural do estado do Rio Grande do Sul, apenas quatro participantes têm origem em outros estados (Amazonas e São Paulo) ou em outro país (Montevidéu, Uruguai).

Referente à escolaridade das entrevistadas, observa-se uma diversidade de níveis de formação. A maioria delas (sete) possui Ensino Médio Completo, enquanto três possuem Ensino Superior Incompleto e outras três possuem Ensino Superior Completo. Duas possuem Pós-Graduação Incompleta, enquanto outras duas possuem Ensino Fundamental Incompleto, tendo concluído somente até a quinta série. Por fim, duas têm Ensino Médio Incompleto, uma brasileira e outra uruguaia, sendo que esta última concluiu o Segundo do Liceu, equivalente ao segundo ano do Ensino Médio em termos

do sistema educacional brasileiro. Segundo o IBGE (2022), 21,3% das mulheres no Brasil têm Ensino Superior Completo, em comparação com 16,8% dos homens. Contudo, no contexto internacional, em 2022, o país ocupava a quarta posição entre os países com menor percentual de mulheres de 25 a 34 anos com ensino superior completo (27,2%), comparado aos países membros da Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).

Já quanto às profissões, este estudo abrangeu uma ampla gama de profissões, desde Jovem Aprendiz até Gestora Pública, evidenciando a crescente presença feminina em diferentes setores da sociedade. Esse cenário está alinhado com o estudo de Carvalho e Viego (2023), que destacam o aumento significativo da participação das mulheres no mercado de trabalho nas últimas décadas. Entretanto, esse avanço não elimina as desigualdades estruturais, como estabilidade no emprego e condições de salários (Carvalho; Veigo, 2023). Conforme dados do IBGE (2022), o nível de ocupação dos homens alcançou 63,3%, enquanto o das mulheres foi de 46,3%. Além disso, segundo o Tribunal Superior do Trabalho (TST, 2022) a diferença salarial persiste: o rendimento médio das mulheres representava, em média, 77,7% do rendimento dos homens. Esses dados refletem a complexidade das barreiras enfrentadas pelas mulheres no mundo do trabalho, mesmo diante de avanços significativos.

A maioria das entrevistadas são solteiras (12), enquanto cinco são casadas, duas mantêm união estável e uma é divorciada. Destas, nove mencionaram não depender financeiramente de ninguém, tampouco ter dependentes financeiros, o que pode indicar maior autonomia econômica. Por outro lado, sete relataram ter filhos dependentes, variando de um a cinco filhos, o que revela o impacto das responsabilidades familiares sobre suas condições de vida. Adicionalmente, três participantes relataram ainda depender financeiramente da mãe, com ajuda do pai ou do irmão mais velho. Apenas uma entrevistada mencionou depender financeiramente do parceiro: “*Eu dependo do meu marido*” (Amaranto). Esses resultados estão em conformidade com dados do IBGE (2022) que apontam que as mulheres são responsáveis por chefiar quase metade dos lares brasileiros.

Em relação ao cadastro no CadÚnico, apenas quatro das 20 entrevistadas declararam não possuir o registro. Esse dado reforça que o público-alvo da pesquisa foi alcançado, já que este cadastro proporciona uma visão abrangente da parcela mais

vulnerável da população brasileira, permitindo que os governos em todos os níveis saibam quem são essas famílias de baixa renda (MDS, 2024). Ademais, o CadÚnico registrou um aumento significativo no número de famílias inscritas ao longo dos anos. Em 2023, o número total de famílias cadastradas ultrapassou 40 milhões, aumentando uma crescente demanda por assistência social e uma ampliação na cobertura do cadastro. Observa-se também um aumento na proporção de famílias com renda acima de meio salário mínimo inscritas no CadÚnico, trazendo possíveis mudanças econômicas e ajustes nos critérios de elegibilidade dos programas sociais (MDS, 2024).

Na sequência, apresenta-se o tópico denominado “menstruação para as entrevistadas”, o qual aborda outras questões inicialmente exploradas na seção do perfil das consumidoras de produtos de gestão menstrual, sendo que aprofunda a compreensão de aspectos relacionados ao perfil destas.

4.1.1 Menstruação para as entrevistadas

Este tópico busca aprofundar questões relacionadas ao consumo de produtos de gestão menstrual e a relação das entrevistadas com a menstruação, contribuindo para uma compreensão mais detalhada do perfil das consumidoras.

Ao analisar os tipos de produtos utilizados, constatou-se que a maioria das entrevistadas (17) faz uso do absorvente higiênico externo descartável. Este dado está em consonância com Ernandes (2018), que identificou o absorvente descartável como o produto mais utilizado por mulheres para conter o sangue menstrual. Algumas entrevistadas relataram alterar entre absorventes internos e externos, dependendo da ocasião. Duas utilizam o coletor menstrual, dentre estas, uma (Cornalina) relata escolher esse produto “*pela liberdade, conforto e sustentabilidade*” atrelada ao produto. E, por fim, apenas uma faz uso da calcinha menstrual, produto ainda mais recente no mercado (Guiraldelo, 2023).

Diversas entrevistadas afirmaram nunca ter utilizado outro produto além do absorvente externo descartável. Isso pode ser explicado por fatores como desconhecimento sobre outras opções disponíveis e os preços elevados dos produtos ecológicos (Han, 2020) ou pelo receio em lidar com o estigma social associado a esses

produtos (Castro; Mang, 2024; Ramos et al., 2023), o que fica evidente na fala da Magenta, quando questionada do porquê nunca utilizou outro produto além do absorvente externo:

talvez porque seja mais barato, porque eu não conheço algum outro, porque tem também aquele que tu, que tu coloca mais pra parte da tua vagina, mais pra dentro do corpo, então eu não usei aquilo, né, vou ser bem sincera, eu sou meia, meia grossa, e eu acho que não me sentiria confortável com aquelas coisas (Magenta).

Além disso, a falta de conhecimento sobre o próprio corpo, evidenciada por Zanola et al. (2018), foi mencionada como uma barreira adicional, como pode ser observado na fala da Borgonha, ao demonstrar interesse em utilizar o coletor menstrual: *“Eu não sei como que, que coloca. Ai eu não sei se, se eu tenho medo que, tipo, fique indo lá dentro, não sei”* (Borgonha). Com isso, percebe-se que a estigmatização associada ao consumo de produtos de gestão menstrual também se destacou entre as narrativas das entrevistadas.

Outro ponto relevante refere-se ao desconhecimento sobre o Programa Dignidade Menstrual, implementado pelo Governo Federal em janeiro de 2024. Nove entrevistadas declararam nunca ter ouvido falar sobre o programa, evidenciando um déficit na divulgação dessa política pública. Entre as onze participantes que disseram conhecer ou ter ouvido falar do programa, a maioria revelou ter apenas informações superficiais sobre os benefícios oferecidos. Essa falta de informação também foi observada durante as palestras realizadas nas escolas, pois ao mencionar a política pública, e questionar quem já tinha ouvido falar sobre o programa ou visto alguma propaganda, raramente alguém manifestava conhecimento (Diário de campo, 2024).

Essa desinformação pode até mesmo limitar o acesso ao benefício, especialmente entre mulheres que não têm familiaridade com aplicativos de celular, como relatou uma das entrevistadas que possivelmente se enquadra nos requisitos do programa dignidade menstrual: *“Não, nunca ouviu falar. Não, porque eu não mexo muito nessas coisas aí. Não entendo muito de celular”* (Cardeal), indicando não somente uma barreira de divulgação como também de acessibilidade digital, como complementa Rubra: *“E hoje, apesar de ter o programa, muitas delas não têm acesso, porque tu precisa ter um aplicativo para ir buscar ali. E tem pessoas que não têm dinheiro para comprar absorvente, como vai ter um celular”*.

Além disso, outras duas entrevistadas que tentaram acesso ao benefício, alegaram dificuldades no uso e não foram contempladas com o mesmo. Borgonha relata: *“Eu não consegui usar ele. Tentei até, mas eu até, inclusive, atualizei o cadastro, o cadastro único, mas mesmo assim não consegui”* e Vermelha corrobora com essa experiência: *“Não, nunca consegui”*. Esses relatos reforçam a necessidade de aprimorar tanto a divulgação quanto a acessibilidade do programa, garantindo que a referida política pública alcance seu público-alvo.

Quando questionadas sobre os critérios para a escolha de produtos de gestão menstrual, muitas entrevistadas destacaram a importância de produtos que ofereçam proteção, ou seja, que sejam eficazes em evitar vazamentos. O termo “segurança” e “proteção” foram recorrentes em suas narrativas, refletindo o impacto da estigmatização relacionada à menstruação, uma vez que pode decorrer de manchas menstruais nas roupas (Malefyt; McCabe, 2016). Como pode ser observado na fala de Marsala, ao ser questionada sobre como escolhia seus produtos:

O maior que eu consigo achar. Eu sou traumatizada. Eu lembro que quando eu tinha 11, acho que 11 anos, o absorvente acabou vazando na escola e, desde aquele momento, sempre que eu estava menstruada, eu passava a usar uma jaqueta, assim, amarrada na calça (Marsala).

Essa preocupação por proteção também foi notada em observações de campo registradas no diário, visto que ao observar as embalagens dos produtos de gestão menstrual nos pontos de venda, em sua maioria, a palavra mais destacada era **PROTEÇÃO** (Diário de campo, 2024). Diversos autores (Arndt et al., 2018; Malefyt; McCabe, 2016; Miguel et al., 2016) discutem o paradoxo de anúncios de produtos menstruais descartáveis historicamente focados em discursos de “proteção” que capitalizam a vulnerabilidade de mulheres menstruadas, como por exemplo a necessidade de evitar ao máximo uma calça manchada, reforçando a invisibilidade do sangue menstrual.

Outro critério que se destacou foi o preço dos produtos. Diversas entrevistadas relataram levar em consideração o custo dos produtos na hora da compra. Vermelha explica: *“Olha, eu olho o preço também, né? E o que me vale mais a pena. Vê se vem mais, se não vem”*, Sangria acrescenta: *“Eu levo em consideração o preço”*. Alizarina,

que utiliza coletor menstrual, também destacou essa questão: *“o preço também, né? Porque o coletor, ele é até mais caro, né?”*.

As entrevistadas também foram instigadas a compartilhar suas experiências com a menarca. A maioria relatou pouca ou nenhuma informação prévia sobre o assunto quando tiveram sua primeira menstruação, o que corrobora com a literatura existente (Dubey et al., 2024; Ussher, 2017) na qual o silêncio em torno do tema prevalece ainda nos dias de hoje (Silva; Oliveira, 2024). Muitas entrevistadas associaram a menarca com doenças, machucados ou até mesmo fezes. Exemplos de relatos incluem Borgonha: *“saiu uma cor estranha assim. E aí, eu chamei minha mãe e disse ‘mãe, eu acho que eu fiz cocô nas calças’”* (Borgonha). Tal qual Carmesim relata: *“eu não sabia, ninguém me falou nada, e aí eu saí do banheiro chorando que tava com sangue na calcinha”* (Carmesim). Esse estranhamento em relação à cor do sangue menstrual também revela como a menstruação é cercada por mistificação e desinformação. Um exemplo disso é a representação simbólica do sangue menstrual como um líquido azul em propagandas de absorventes (Arndt et al., 2018; Miguel et al., 2016; Ratti et al., 2015), o que contribui para manter o tema envolto em tabu, escondendo sua natureza e gerando ainda mais confusão e vergonha, especialmente entre meninas que estão passando pela menarca.

As narrativas das entrevistadas destacaram como a menstruação é um assunto pouco tratado entre mães e filhas, gerando um ciclo de silêncio e desinformação. Beauvoir (1967) já mencionava que a conversa entre mães e filhas sobre a menstruação é mais mistificada do que outros assuntos como até mesmo relações sexuais e gravidez. Se o diálogo já se mostra escasso entre mães e filhas, ele se torna praticamente inexistente quando se trata da figura paterna ou de uma conversa mais ampla no ambiente familiar, revelando o quanto o tema é ainda considerado constrangedor e inapropriado para o convívio familiar.

Esse aspecto fica evidente no relato de Cardeal: *“Minha mãe não me contou o que que era, porque minha mãe tava trabalhando, e naquele tempo, eram umas pessoas estúpidas, né”* (Cardeal). Vermelha reforça essa realidade: *“Porque muitas mães não têm acompanhamento com as filhas, né? Trabalham todo dia e coisa”*. Assim como Sangria, que sequer contou para a mãe: *“Eu não contei pra minha mãe nem pra minha irmã e tal. Fiquei pra mim”* (Sangria).

Corroborando com essas narrativas, têm-se Alizarina que menciona que: *“Eu até entendia. Sabia, assim, do que se tratava mas aquele conhecimento muito raso de quem, tipo, tá saindo da infância pra pré-adolescência no máximo, sei lá, entendia que podia engravidar, sabe?”*. Merlot também alega conhecimento incipiente sobre a menstruação na época de sua menarca: *“Eu sabia que a mulher menstruava, que a mulher sangrava. Mas eu não sabia o porquê a mulher menstruava”* (Merlot).

Por outro lado, Cornalina relata ter recebido orientação prévia, comentou: *“mais ou menos nessa época aí que ela começou a falar um pouco sobre o que me esperava, sobre o meu corpo, sobre as mudanças, né, e o que isso significava na nossa vida como um todo”* (Cornalina).

Ao serem questionadas sobre como, onde e com quem aprenderam sobre menstruação, as respostas variam. As fontes mais comuns incluíram mães, irmãs mais velhas, escolas, vizinhas e amigas. Reforçando o que consta na literatura sobre a menstruação seguir sendo um tema silenciado na sociedade, reforçando ainda mais estigmas e tabus (Ratti et al., 2015; Miguel et al., 2016; Arndt et al., 2018; Silva; Oliveira, 2024) uma das entrevistadas relata: *“a minha mãe não era muito de explicar as coisas. Eu sabia de ouvir os outros falarem”*(Amaranto).

Além disso, a menstruação é frequentemente abordada apenas como um processo biológico, ignorando os inúmeros fatores sociais e culturais que permeiam a esse fenômeno (Bobel, 2010; Curry et al., 2022; Miguel et al., 2016), a fala de Carmesim reflete essa percepção: *“falam de forma biológica né, não de tudo que é do que realmente é, né, a menstruação não é só tu menstruar”*. Nesse sentido, Bobel (2010) argumenta que a menstruação não deve ser tratada apenas como um processo biológico, mas também como uma construção social que é moldada conforme as normas e valores culturais.

Ao finalizar o tópico que trouxe a baila os detalhes do perfil das consumidoras de produtos de gestão menstrual deste estudo, no tópico a seguir, identifica-se experiências de estigmatização no consumo de produtos de gestão menstrual.

4.2 Estigmatização no consumo de produtos de gestão menstrual

Este tópico tem a finalidade de compreender como se reflete a estigmatização no consumo de produtos de gestão menstrual, um processo atravessado por estigmas sociais e culturais que ainda cercam a menstruação, apesar de ser um processo biológico natural.

As mulheres enfrentam estigmas sociais que impactam suas vivências e experiências (Hawkey et al., 2017), frequentemente reforçado por fatores culturais e religiosos. No contexto da menstruação, esse cenário não é diferente. O estigma menstrual permeia o cotidiano das mulheres resultando em restrições em diversas esferas da vida (Abdullah, 2022).

Quando questionadas sobre já terem vivido alguma situação constrangedora ou sofrido preconceito por estarem menstruadas, algumas entrevistadas afirmaram não ter passado por isso. No entanto, à medida que a conversa avançava, emergiam relatos que evidenciavam experiências de discriminação, desconforto e constrangimento. Isso sugere que muitas mulheres não conseguem, de imediato, identificar as situações de preconceito que vivenciam (McClelland; Rubin; Bauermeister, 2016), visto que a discriminação pode ocorrer de forma indireta, maquiada por mecanismos sutis de rejeição (Palmeira et al., 2020).

Todavia, algumas entrevistadas refletiram e descreveram momentos de preconceitos sofridos. A maioria dos relatos está relacionada a manchas de menstruação nas roupas, um episódio que, apesar de comum, torna-se motivo de constrangimento e vergonha (Malefyt; McCabe, 2016). Borgonha, por exemplo, lembra um dia em que manchou sua calça clara na escola, tornando-se alvo de piadas tanto entre os meninos quanto entre as meninas, que vivenciam a mesma experiência todos os meses:

E aí teve um dia que vazou e eu não tinha visto, eu tava com uma calça azul bem clara, assim. E aí eu fui no dia a dia, fui passeando ali pela escola e aí quando eu escutei que tinha umas meninas, assim, tipo, dando risada, aí tinha outras que estavam meio que me chamando, assim, aí eu fui lá e elas me falaram que tava manchada e eu, ai, me desesperei, eu fiquei numa vergonha, eu fiquei no vermelhão (Borgonha).

A maioria desses momentos constrangedores relatados ocorreram em âmbito escolar, o que pode estar relacionado ao fato de que a menarca geralmente acontece entre os 9 e 15 anos, período em que as meninas estão frequentando a escola e, muitas vezes, não sabem o que é a menstruação. Ademais, muitos de seus colegas também não

receberam nenhum tipo de educação sobre o tema, o que favorece a perpetuação do que é chamado de bullying menstrual — situação em que as meninas são estigmatizadas e ridicularizadas por algo natural, sendo vistas como “sujas” ou “mal cuidadas” simplesmente por terem uma mancha de menstruação. Vermelha comenta essa realidade: *“Ainda fazem bullying se a menina tá menstruada, acho que no colégio”*.

Esse tipo de bullying pode ter impactos significativos, afetando a saúde, o bem-estar (Laranja, 2022), a autoestima e a permanência escolar das meninas (Benshaul-Tolonen et al., 2020), fazendo com que estas internalizem construções negativas sobre a menstruação (Hawkey et al., 2017). Benshaul-Tolonen et al. (2020) revelam em seu estudo que 18% dos meninos relatam que já provocaram pessoalmente uma menina sobre sua menstruação e 29% observaram seus amigos próximos provocando. Em alguns casos, essa experiência pode ser tão traumática que as meninas evitem voltar à escola, como relata Grená sobre uma colega que passou por essa situação: *“depois ela ficou muito chateada, não queria ir à escola mais”* (Grená).

O medo de passar por situações constrangedoras em âmbito escolar é tanto que muitas meninas já abandonaram a escola mais cedo durante a menstruação ou até mesmo faltaram a aula durante a menstruação (Benshaul-Tolonen et al., 2020), como relata Vermelha: *“Às vezes tu tinha que atar uma camisa, um moletom que tu fosse. Ou sair mesmo, sair disparando do colégio pra chegar em casa. Quanto mais rápido seria menos constrangedor”*. No estudo de Benshaul-Tolonen et al. (2020) 13% das meninas já passaram por provocações menstruais e mais de 80% temem ser provocadas, especialmente por colegas do sexo masculino.

Como quase todas as entrevistadas da presente pesquisa vivenciaram episódios de manchas menstruais na escola, o bullying menstrual tornou-se uma experiência marcante e traumática. O medo desse tipo de constrangimento é tão intenso que Grená relata: *“Eu rezava até para que quando fosse a primeira vez, nunca viesse na escola”*. Essa realidade evidencia a necessidade de iniciativas educacionais, como a das pesquisadoras deste estudo, que promovam a educação menstrual de forma acessível e didática para meninos e meninas no ambiente escolar, uma vez que o aumento do conhecimento sobre menstruação está associado a atitudes mais positivas sobre o assunto (Eyring; Crandall; Magnusson, 2023). A fala de Merlot reforça essa perspectiva: *“eu acho que na escola também não se fala e na escola era um lugar que*

poderia ser falado mais que não só sobre menstruação né, mas outras coisas que acometem a vida da adolescência”.

Entretanto, para que essa educação seja realmente eficaz na redução das provocações estigmatizadas, é preciso que ela vá além de uma abordagem unicamente biomédica e biológica (Benshaul-Tolonen et al., 2020; Curry et al., 2022; Olson et al., 2022). As estratégias educacionais devem considerar não apenas os aspectos biológicos, mas também o peso social e cultural que a menstruação carrega, garantindo que a educação sobre saúde menstrual seja compreendida em uma perspectiva mais ampla, ultrapassando os limites da sala de aula e envolvendo a família e até mesmo formuladores de políticas públicas (Olson et al., 2022).

Além do ambiente escolar, outro fator relevante no processo de estigmatização da menstruação é a falta de informação entre aqueles que não menstruam. Merlot relata uma situação de preconceito vindo de um homem e destaca que as situações mais constrangedoras que viveu, partiram, em sua maioria, de pessoas que não menstruam e escolheram não se informar sobre o tema. A falta de conhecimento reforça estigmas (Dong et al, 2023) e perpetua a desvalorização das vivências menstruais. Ela reflete sobre essa questão:

Os exemplos são todos pautados de como o sujeito do sexo masculino, o homem, é desinformado e acaba não querendo se informar, acaba não querendo porque pra eles não faz, eu acho assim, que não faz um sentido saber sobre a menstruação sobre as fases menstruais se tu não sangra e então eu acho que situações que ocorreram foram mais nesse sentido de uma falta de conhecimento pra não dizer ignorância de sujeitos do sexo masculino (Merlot).

Diante do contexto de estigma e preconceito, muitas mulheres desenvolvem estratégias para evitar constrangimentos, optando por ocultar completamente o atributo estigmatizado (Palmeira et al., 2020). Magenta, por exemplo, explica como essa escolha a protege de possíveis desconfortos: *“eu não me sinto constrangida na rua porque eu não falo, nem no trabalho, quando eu tô e quando eu não tô. Então eu não me sinto constrangida. Ninguém sabe”*. A fala de Magenta ilustra como o estigma da menstruação leva muitas mulheres a adotarem um comportamento de silêncio e ocultação. Essa invisibilidade reforça o ciclo de desinformação e contribui para a perpetuação do tabu menstrual (Laranja, 2022).

Muitas mulheres ainda sentem vergonha na hora de comprar produtos de gestão menstrual, o que pode ser mais um reflexo da estigmatização em torno de alguns produtos (Ramos et al., 2023) e da própria menstruação (Casola et al., 2021; Furlano, 2024; Miller et al., 2024; Ndichu; Rittenburg, 2021; Muqaddas; Youshay, 2024; Willig; Schmidt, 2024). Magenta elucida essa dificuldade ao relatar sua resistência em adquirir os produtos em determinadas situações: *“eu não peço pra ninguém comprar, nem o filho, nem o marido, e eu sou bem difícil pra comprar essas coisas. Se eu chego numa farmácia e vem um homem me atender, eu já não compro isso.”* (Magenta).

A maioria das entrevistadas relatou que, nas primeiras vezes ao ir adquirir seus produtos de gestão menstrual, sentiu vergonha ou receio. Todavia, mencionam que esse sentimento se dissipou com o tempo, como explica Cornalina: *“Hoje em dia é natural, mas no começo é algo que a gente sente um pouco de receio, né, que a gente não sabe o que a gente vai receber da outra pessoa”*, Grená complementa essa percepção ao destacar que, atualmente sente-se tranquila ao realizar a compra desses produtos: *“Geralmente às vezes é o homem que está te atendendo na farmácia e pra eles é meio que rotina aquilo ali, né. [...] Não tenho problema nenhum, compro bem tranquila”*.

O estigma em torno da menstruação e dos produtos de gestão menstrual não se limita apenas ao momento da compra, mas impacta também a forma como as mulheres vivenciam esse fenômeno. O receio de ser julgada ou causar repulsa nos outros gera sentimentos de vulnerabilidade e até autodepreciação (Laranja, 2022), como revela Magenta: *“tu te sente vulnerável, a pessoa vai sentir nojo, eu sinto nojo, entendeu?”* (Magenta).

Esse estigma é tanto que pode ser observado até mesmo entre adolescentes. Durante as palestras realizadas nas escolas, quando os produtos de gestão menstrual foram distribuídos na sala, para o conhecimento dos alunos, muitos hesitaram em tocá-los, mesmo estando novos e fechados. Ainda, um menino passou mal durante uma das nossas palestras pois não conseguia ver ou ouvir a palavra sangue (Diário de campo, 2024). No entanto, foi possível notar pequenos avanços na percepção sobre o tema quando um dos alunos, ao cheirar um absorvente, comentou: *“eles são muito cheirosos”* e, incentivando o colega do lado acrescentou: *“cheira pra ti ver”* (Diário de campo, 2024). Essa interação demonstra que, embora a menstruação ainda seja um tabu, ações

educativas têm o potencial de modificar percepções e reduzir o estigma associado a ela (Olson et al., 2022).

A estigmatização, a vergonha e o tabu em torno da menstruação são tão enraizados que a palavra menstruação é frequentemente evitada (Arndt et al., 2018; Miguel et al., 2016), seja em propagandas, seja em conversas informais. Em vez disso, recorrem-se a eufemismo como “nos dias”, “chico” ou expressões vagas que não mencionam diretamente a menstruação:

evitam falar sobre o assunto, chamam de outros nomes, dão outros apelidos pra isso, né? Tem gente que chama de Chico, tem gente que só, que não cita o nome, só fala assim, ai, já baixou pra ti. Mas sempre evitam, as pessoas evitam ao máximo falar sobre (Borgonha).

Essa tentativa de mascarar a menstruação reflete nas propagandas, que não apenas evitam a palavra, mas também invisibilizam sua cor real e seus desconfortos (Arndt et al., 2018; Malefyt; McCabe, 2016; Miguel et al., 2016; Ratti et al., 2015). Carmesim observa essa estratégia publicitária ao comentar: *“O comercial da TV, não parece que eles estão falando de absorventes. [...] Ele parece que está vendendo outra coisa”*, Cornalina complementa essa visão ao apontar a dificuldade em falar sobre o tema abertamente: *“É, desinformação, né? E a dificuldade de falar abertamente é o ai, não pode falar sobre menstruação também, esse apelido que as pessoas dão, ai, tá de chico. Tipo, não, tá menstruada”*.

Outrossim, a expressão “chico” carrega uma conotação altamente estigmatizada, pois refere-se a chiqueiro, associando a menstruação a algo sujo (Willig; Schmidt, 2024). Esse estigma se reflete no cotidiano escolar, quando meninas, ao pegarem um absorvente para ir ao banheiro, agem como se estivessem escondendo algo ilícito, guardando-o discretamente no bolso.

Mesmo quando algumas mulheres superam a vergonha de falar abertamente sobre menstruação, a sociedade continua tentando silenciá-las. Elas relatam serem advertidas a falar mais baixo ou a evitar o assunto na presença de homens. Nesse sentido, Borgonha compartilha: *“hoje em dia, tipo, eu tô falando com tanta naturalidade sobre menstruação, que aí as outras pessoas ficam meio constrangidas, assim, ou falam, ai, fala baixo, não, não precisa falar pra todo mundo”*. Esse

comportamento pode ser explicado por Goffman (1963) quando o autor destaca que o processo de estigmatização não depende apenas das pessoas que carregam o estigma, mas também dos estigmatizadores, que reforçam esse estigma socialmente (Yang et al., 2007).

Toda essa imposição de silêncio e tabu faz com que diversas mulheres atravessem o período menstrual com pouca ou nenhuma informação sobre seus próprios corpos (Dubey et al., 2024; Ussher, 2017). O relato de Marsala enfatiza essa situação: *“Eu lembro de alguém falando que quando menstruou não tinha acesso a informação de como botar o absorvente e ficou usando o absorvente errado”*.

Se a menstruação não fosse um tema tabu e não estivesse envolta por tantos estigmas, esse “evento” poderia *“ser menos traumático”* (Marsala), que se soma ao relato de Merlot:

a gente não passaria por uma adolescência se sentindo constrangida, a gente entenderia que vai ter momentos que vamos estar mais inchada, mais indisposta, com mais dor e momentos em que vamos estar vamos estar melhores e tudo seria melhor, mais tranquilo, com certeza não causaria trauma (Merlot).

Além disso, informações de qualidade seriam mais acessíveis, seja na escola, em casa, entre amigas ou até mesmo em pesquisas científicas. Alizarina reforça essa questão ao dizer: *“Desinformação também acho que seria uma coisa que ia melhorar”*.

Com informações confiáveis, as mulheres reconheceriam quando buscar ajuda médica, identificando quando dores menstruais ultrapassam o limite do normal. Magenta destaca essa importância: *“eu acho que influenciaria bastante na saúde, né? Eu acho que as pessoas iam pensar mais nesse momento, pensar mais em se cuidar, entendeu? Pensar mais em um médico pra saber como é que está o ciclo menstrual”*. Bordô complementa: *“Muita gente ia ter mais informações e tudo mais, né. Até pra ir num médico, num ginecologista”*.

Esse acesso ao conhecimento poderia trazer grandes benefícios. Grená, formada em enfermagem, observa um impacto significativo: *“Com certeza ia diminuir muito a gravidez na adolescência”*. Essa narrativa corrobora com o estudo de Mintogbé et al.

(2021) que aponta a falta de informações confiáveis sobre saúde sexual como contribuinte para a gravidez precoce.

Ademais, as mulheres seriam mais compreendidas pela sociedade. As pessoas entenderiam que as alterações hormonais do ciclo menstrual impactam o bem-estar e o desempenho em atividades diárias. Carmesim enfatiza essa questão:

É um período difícil do mês, que a gente passa, assim, por dificuldades. A gente sente-se fraca, a gente sente dor nas costas. E, se todo mundo entendesse que é uma coisa hormonal, que é mais forte que a gente, eu acho que a gente seria poupada, às vezes. Não sei se poupada ou mais entendida, né? (Carmesim).

Esse processo também contribuiria para que as mulheres fizessem as pazes com a própria menstruação, entendendo-a como algo natural e buscando ajuda quando necessário. Sangria compartilha sua perspectiva: *“a relação das próprias mulheres com a própria menstruação. Eu acho que a gente lidaria muito mais com as vulnerabilidades pra nós que não lidamos muito bem”*.

A cultura de um país exerce influência direta na forma como a menstruação é vivenciada e compreendida socialmente (Gbogbo et al., 2024). No Brasil, o contexto cultural e social contribui significativamente para a persistência do tabu e estigma em torno do tema. A partir das narrativas das entrevistadas, observa-se que três fatores se destacam nesse processo: o machismo, a religião e o patriarcado.

O machismo, mencionado pelo menos nove vezes pelas entrevistadas, é presente na sociedade brasileira e reforça a invisibilização do corpo feminino (Grünnagel, 2015), além de intensificar a estigmatização da menstruação. Atitudes culturais que impõe às mulheres segredo e silêncio em relação a menstruação contribuem para experiências de estigma menstrual (McHugh, 2020), perpetuando um ciclo de vergonha e discriminação que compromete a saúde e os direitos das mulheres em diversos contextos (Eyring; Crandall; Magnusson, 2023). Como apontado por uma das entrevistadas:

O Brasil como um todo ele é um país machista, é um país patriarcal, é um país que invisibiliza o corpo das mulheres, é um país que violenta o corpo das mulheres, subjuga o corpo das mulheres. Então tudo isso contribui e faz com que a mulher se preocupe muito mais (Sangria).

Além do machismo, a influência religiosa também desempenha um papel relevante na construção dos discursos em torno da menstruação. Historicamente, diversas tradições religiosas associaram a menstruação à impureza, afastando as mulheres de espaços religiosos durante esse período (Silva; Oliveira, 2024; Kamat; Tharakan, 2021). O Brasil, sendo um país com diversas religiões, carrega diferentes percepções sobre o tema, muitas das quais reforçam essas restrições. Como ressalta uma das entrevistadas:

Por eu ser de um país com várias origens diferentes e cada uma ter um pensamento diferente quanto a menstruação, cada religião também ter um pensamento diferente sobre a menstruação, acaba que influencia bastante, atrapalha bastante nesse contato de uma pessoa com outra (Grená).

O patriarcado, por sua vez, também reforça a construção desse tabu, especialmente ao condicionar a dependência financeira das mulheres e limitar sua autonomia. Como evidenciado em uma das falas: “*a relação patriarcal que faz com que as mulheres dependam financeiramente dos maridos, como eu falei, nessa questão da punição. Ele vai lá e não compra pra ela então tudo isso é a cultura machista*” (Sangria). Esse controle, que se manifesta até mesmo no acesso a itens básicos de higiene, pode ser observado como uma espécie de misoginia estrutural que nega às mulheres o direito de gerir seu próprio corpo com dignidade. Outrossim, o estigma menstrual é amplamente derivado de estruturas patriarcais que consideram a menstruação impura ou vergonhosa (Jia, 2023), impactando diretamente a forma como as mulheres percebem seu próprio corpo. Uma das entrevistadas destacou:

É a cultura machista, né? Que trata o corpo da mulher como um objeto, como uma coisa a ser consumida. [...] Como acontecia antigamente, né? Não podia chegar perto, não podia trocar o olhar com a mulher porque tratavam como uma doença, uma coisa bizarra. E, querendo ou não, são ideias que se perpetuam, sabe? (Alizarina).

Portanto, os aspectos culturais brasileiros mantêm dinâmicas que reforçam a exclusão e a discriminação frequentemente utilizadas como mecanismos de controle patriarcal (Owen, 2022), restringindo as mulheres em múltiplos aspectos de suas vidas (Bolat, 2023; Göktepe, 2024).

A seguir, apresenta-se o fotograma utilizado neste tópico para elucidar a

desinformação sobre a menstruação entre os homens e estimular as narrativas sobre as vivências das entrevistadas.

Fotoelicitação 1 - Desinformação



Fonte: (Silva; Oliveira, 2024).

Ao serem confrontadas com o fotograma, as entrevistadas enfatizaram a desinformação e o desinteresse dos homens de entender o que é a menstruação, já que não vivenciam essa experiência. Merlot comenta: *“como o homem não sangra, não há interesse dele saber o que é menstruação”*, e acrescenta que *“dois minutos de pesquisa”* (Merlot) bastariam para saber que a menstruação não é uma doença. Grená reforça essa percepção ao afirmar: *“Eu já escutei pessoas grandes não saberem o real motivo de menstruar, como funciona um ciclo menstrual”*. Borgonha complementa: *“outro amigo meu achava que só acontecia com mulheres grávidas, porque, tipo, ele não convivia com nenhuma mulher”*.

Essas narrativas evidenciam que a menstruação continua sendo um tema cercado por tabus e desinformação (Silva; Oliveira, 2024). Outrossim, as próprias entrevistadas apontam que a conversa sobre menstruação é, muitas vezes, superficial, mesmo dentro do ambiente familiar. Nos relatos, as entrevistadas alegam falar sobre menstruação somente com amigas, mães e seus parceiros e, na sua maioria, de forma superficial, conforme fala de Vermelha: *“às vezes chego em casa eu falo conversando se ai to*

menstruado alguma coisa mas não muito a fundo assim não não nada de conversa assim intimamente”, Grená corrobora: “Mas mais coisas básicas assim, não com muito detalhes”.

Para algumas mulheres esse diálogo parece ser muito difícil de acontecer. Algumas entrevistadas relatam não saber como falar sobre isso com os filhos ou não querer falar sobre isso. Carmesim, que tem três filhos homens e ainda não falou sobre menstruação com eles complementa:

porque eu fui criada assim, né [...] tu não fica falando que tá menstruada, não sei o que é, uma criação que parece que tem alguma coisa que não tá certo, né, que tu tá suja, que tu não tá eu acho que é isso aí que tu fica, né de cara que tu tá falando isso com meu filho (Carmesim).

Vermelha compartilha seu relato:

Ele sabe que tá acontecendo algo, mas não sabe. Ele sabe que a mãe usa aquelas coisinhas, tipo, essas fraldinhas pequenininhas, né? Mas, eu não sei, acho que não entende. Pelo menos, nem na escola eu acho que não têm esse assunto. Não tem alguma aula, alguma coisa, assim, que falam também (Vermelha).

Esse diálogo se faz importante até mesmo para evitar casos de bullying menstrual na escola, Vermelha reflete sobre: *“Seria bom saber, até pra não ter esse bullying com as meninas, né?”*. Grená reforça essa ideia indicando que uma conversa com as filhas também deve acontecer para evitar situações constrangedoras: *“É melhor essa conversa do que tu ficar esperando tua filha menstruar na escola e chegar em casa chorando”* (Grená).

Estudos apontam que os meninos estão curiosos para saber mais sobre menstruação (Benshaul-Tolonen et al., 2020; Chang; Hayter; Lin, 2012; Mason et al., 2017), 84% dos respondentes do estudo de Benshaul-Tolonen et al. (2020) afirmaram que gostariam de ter alguém a quem pudessem perguntar sobre. Além disso, os meninos que indicaram restrições à informações sobre menstruação em casa são mais propensos a praticar bullying menstrual com suas colegas na escola (Benshaul-Tolonen et al., 2020).

Em relação a apoio de amigos ou familiares, Grená e Magenta trazem um ponto interessante, como as famílias irão apoiá-las sendo que esse assunto sequer é falado abertamente? *“Olha, eles nem sabem quando eu tô”* (Magenta) e Grená corrobora:

É que não é um assunto tão comentado entre família, né. Tipo, eu não sei quando a minha irmã vai menstruar [...] Ou se ela esse mês comprou absorvente. Essas coisas assim. São assuntos que, por conta desse tabu [...] é meio que um assunto proibido. Assim fica uma coisa meia misteriosa. Ninguém conta pra ninguém. Então é um mistério (Grená).

Logo, esse estigma também afeta o ambiente familiar. Uma das entrevistadas relata que, ao menstruar pelas primeiras vezes, sentiu-se constrangida e evitou pedir absorventes ao pai, preferindo improvisar:

Ah, foi bem constrangedor, né, porque eu não tinha, né, não tinha como, nas primeiras vezes, né, eu não tinha como ter, não tinha como comprar e aí eu tinha muita vergonha de falar pro meu pai. Aí eu improvisava pra não pedir pra ele, porque eu tinha muita vergonha (Terracota).

As dificuldades para falar sobre menstruação não se limitam ao ambiente familiar. As entrevistadas relatam que, mesmo entre as mulheres, o tema ainda é pouco discutido. Uma das entrevistadas afirma que nunca havia falado sobre a temática antes desta entrevista: *“Por incrível que pareça, nesses 42 anos, acho que é a primeira vez que eu tô tocando a fundo nessa área”* (Magenta). Enquanto outra nem lembrava a última vez que tinha parado para pensar sobre: *“eu tava até pensando agora nessa conversa que, assim, quanto tempo eu não refletia sobre a minha própria menstruação acho que eu nem me lembro sabe”* (Sangria).

A seguir, tem-se mais uma fotoelicitação que foi utilizada no estudo com a finalidade de instigar as entrevistadas a compartilharem sobre suas crenças e culturas.

Fotoelicitação 2 - Crenças e Cultura



Fonte: (Silva; Oliveira, 2024).

Após a visualização dos fotogramas, as entrevistadas compartilharam discussões culturais e religiosas que influenciaram suas vivências menstruais.

A cultura de muitos países e tradições religiosas reforçam tabus e estigmas relacionados ao ciclo menstrual, resultando em restrições que limitam a participação das mulheres em atividades cotidianas, como cozinhar, comer certos alimentos (Patgiri, 2022, Benschaul-Tolonen et al., 2020), além de impedi-las de frequentar templos religiosos (Silva; Oliveira, 2024; Kamat; Tharakan, 2021).

Para as entrevistadas deste estudo, as crenças reproduzidas ao longo de gerações incluem restrições como: “*não vai bater um bolo quando tá menstruada porque senão o bolo vai solar*” (Carmesim); “*não podia lavar o cabelo quando tava menstruada que ficava louca, né?*” (Sangria); “*não pode comer molho vermelho*” (Borgonha); “*não vai pisar na erva do chimarrão, nem no carvão, vai nascer um bicho na tua barriga quando*

tá menstruada” (Carmesim); *“não come carne que vai ser pior”* (Rosê). Essas crenças, radicadas no contexto social, moldam hábitos e comportamentos durante o período menstrual (Fáveri; Venson, 2007).

Além dessas restrições associadas às atividades diárias, a influência religiosa também se manifesta na exclusão das mulheres de rituais religiosos durante o período menstrual (Kamat; Tharakan, 2021). Essa interdição pode ser observada nos relatos das entrevistadas, como o de Cornalina: *“Na Umbanda, se não me engano, eles não podem cortar o cabelo porque estão menstruadas”*. Já Carmesim compartilha um relato em um ambiente de trabalho: *“trabalhei numa loja de árabes e elas nem oram e nem jejum quando estão menstruadas. Pra eles é como se estivessem impuros [...] menstruação é uma impureza”*.

Outras entrevistadas também destacam o impacto das restrições religiosas em suas práticas espirituais. Uma delas menciona:

Então, na minha religião existem certos rituais que a gente também não pode estar. Por exemplo: Um batuque em homenagem aos orixás africanos, que é um batuque de santo, é dito nesse batuque que se tu estiver no período menstrual, tu não pode participar porque tu é considerado uma pessoa impura, por conta dos orixás. Aí nesse período tu não pode (Grená).

Entretanto, algumas tradições religiosas apontam que essa exclusão das mulheres tem a intenção de cuidado e proteção (Abdullah, 2022). Nesse sentido, certas práticas visam resguardar a mulher, permitindo que ela descansa nesse período em vez de seguir com seus compromissos religiosos. *“A exclusão da mulher no meio religioso parte de um local, por exemplo, na minha religião, que é a matriz africana, parte de um local de respeito à natureza, é uma parte da nossa natureza é um período de resguardo da mulher”* (Sangria).

Além das restrições culturais e religiosas, as entrevistadas demonstraram surpresa diante dos fotogramas das crianças explicando o que é menstruação. Essa reação revela um contraste com suas próprias experiências, já que muitas passaram pela menarca sem qualquer conhecimento prévio sobre o tema e sem poder conversar sobre isso, nem mesmo com outras meninas. A ausência de diálogo e informação marcou as experiências iniciais das entrevistadas com o ciclo menstrual.

Da mesma forma, o fotograma da mulher relatando experiências positivas com a menstruação também causa estranhamento. Isso porque a maioria das narrativas das entrevistadas é marcada por percepções negativas sobre esse período. Ainda neste fotograma, emergiram críticas ao movimento do sagrado feminino, o qual busca ressignificar a menstruação a partir de uma perspectiva espiritualizada (Marques, 2023; Machado, 2020). Para as entrevistadas, esse discurso desconsidera as desigualdades estruturais e materiais que dificultam uma vivência positiva da menstruação, especialmente em contextos marcados por precariedade.

Alizarina, por exemplo, reconhece os discursos positivos promovidos por esse movimento, mas relativiza sua aplicabilidade a partir de sua própria vivência:

Eu não vejo também a menstruação como a coisa mais incrível do mundo. Eu entendo que tem pessoas que tratam como aquele sagrado feminino e fazem umas coisas assim. Mas eu sou uma pessoa tipo, é só uma um momento do meu mês que eu quero superar assim que der. Ele não me impede de nada mais, mas também não acho ele um evento super especial, arrebatador (Alizarina).

De maneira semelhante, Sangria problematiza a tentativa de impor uma relação harmoniosa com o ciclo menstrual, destacando os limites desse discurso diante das condições enfrentadas por muitas mulheres:

“Não sei se conhece todo o movimento do sagrado feminino e tudo mais. Já é uma coisa que também eu entendo, mas até por ali. Porque como eu falei, é muito fácil ter uma relação ok com o teu fluxo quando ele é regradinho [...] Mas, por exemplo, eu não vou querer que uma mulher que menstrua por sete dias seguidos, num calor de 35 graus, que desmaie de tanta cólica, querer que aquela mulher tenha uma relação super tranquila com aquilo, né?” (Sangria).

Essas narrativas evidenciam um paradoxo entre discursos idealizados sobre a menstruação e as experiências de mulheres em situação de vulnerabilidade. Ao desconsiderar desigualdades socioeconômicas, de gênero e de acesso a recursos materiais, tais discursos — como os promovidos pelo movimento do sagrado feminino — acabam reforçando uma lógica individualizante da experiência menstrual. Nesse sentido, é necessário perceber a menstruação a partir de uma perspectiva que reconheça a vulnerabilidade como condição humana moldada por instituições sociais. Como propõe Fineman (2008), a vulnerabilidade deve ser entendida não como fraqueza

individual, mas como característica universal da condição humana, que exige respostas institucionais equitativas.

4.3 Vulnerabilidades no consumo de produtos de gestão menstrual

Este tópico busca apresentar os resultados e discussões dos objetivos específicos: III Investigar a vulnerabilidade de gênero no consumo de produtos de gestão menstrual e IV Analisar a vulnerabilidade socioeconômica no consumo de produtos de gestão menstrual. Logo, neste tópico apresenta-se os resultados das vulnerabilidades enfrentadas no consumo de produtos de gestão menstrual, com foco em dois eixos principais: a vulnerabilidade de gênero e a vulnerabilidade socioeconômica, revelando que estas não apenas coexistem, mas se potencializam mutuamente.

Muito embora ambos os aspectos tenham sido evidenciados como relevantes, as questões relacionadas à vulnerabilidade do gênero emergiram com maior destaque, demonstrando como normas sociais e estigmas impactam de maneira significativa a vivência menstrual. Ainda assim, a vulnerabilidade socioeconômica também se fez presente, destacando como limitações financeiras e desigualdades sociais agravam os desafios relacionados ao acesso e ao uso desses produtos.

Assim sendo, a análise dos dados permite identificar a existência de uma dupla vulnerabilidade enfrentada pelas mulheres entrevistadas: de um lado, os marcadores de gênero operam por meio de normas sociais, estigmas e tabus em torno da menstruação, que naturalizam o silêncio, o constrangimento e a invisibilização dessa vivência; de outro, tais desigualdades de gênero agravam as condições socioeconômicas enfrentadas por essas mulheres, tornando o acesso aos produtos menstruais — e também a medicamentos, sabonetes íntimos, lenços umedecidos, coletores e calcinhas absorventes — ainda mais precário. A seguir, apresenta-se os principais achados que sustentam essa afirmação.

4.3.1 Vulnerabilidade de gênero

O presente tópico tem como objetivo apresentar e discutir os resultados obtidos em relação à vulnerabilidade de gênero enfrentada pelas mulheres no consumo de produtos de gestão menstrual. A vulnerabilidade de gênero no contexto da menstruação envolve questões como a exclusão de algumas atividades por estar menstruada, dores menstruais, acessibilidade a banheiros adequados, mudanças no desempenho profissional, leis e todos aspectos sociais envolvendo gênero e menstruação.

A menstruação exerce um impacto em diversas atividades cotidianas diminuindo a participação das mulheres em ambientes de trabalho, educação e outros contextos (Boden et al., 2021). As entrevistadas deste estudo trazem em seus relatos uma diversidade de atividades que já precisaram deixar de fazer ou foram impedidas de fazer por conta da menstruação, como por exemplo entrar em piscinas, trabalhar, praticar atividades físicas, dormir, ter relações sexuais, usar roupas claras e até mesmo sair de casa, conforme relata Marsala: *“Quando eu era adolescente, quando eu estava menstruada, eu praticamente não saía de casa”*. Assim como no estudo de Prince e Annison (2022) no qual os autores apontam que cerca de 89% das entrevistadas alegaram que a menstruação afeta sua participação em atividades.

Os relatos destacam a não participação em atividades de lazer que tenham como principal objetivo a diversão, como pode ser observado pelo relato de Borgonha: *“aí eu via todo mundo se divertindo lá, só que aí eu não podia entrar”* [na piscina], Alizarina complementa demonstrando o quanto a menstruação já a impediu de ser mais livre, de se divertir mais: *“mais nessas áreas assim, de me divertir, de me soltar mais, de não pensar um pouco na menstruação, sabe? De ser mais livre, mais ousada”*. Essas experiências de restrição podem levar as mulheres a desenvolverem uma visão ainda mais negativa sobre a menstruação, associando esse período a impedimentos, limitações e à renúncia de momentos de prazer e liberdade.

Dentre as atividades de lazer se sobressaem as narrativas sobre entrar em rios, piscinas, lagos e qualquer outra atividade aquática. Marsala expressa: *“menstruar me impediu muitas vezes de aproveitar a piscina, que é uma tristeza”*. Esse relato reflete uma limitação sentida de forma recorrente por outras participantes e está em consonância com os achados de Prince e Annison (2022), que apontam que acampamento, natação e esportes aquáticos são as principais atividades que as mulheres são excluídas durante o período menstrual. Tal exclusão não se dá apenas por limitações

materiais (como a falta de absorventes internos ou coletores), mas também pelo medo do julgamento alheio e do constrangimento social, como apontam Johnston-Robledo e Chrisler (2020), ao destacarem que muitas mulheres evitam essas práticas por receio de como os outros reagiriam à presença do sangue menstrual.

Além disso, as opções de produtos de gestão menstrual, que permite às mulheres realizar toda e qualquer atividade que se sintam confortáveis durante o período menstrual, surgiram recentemente, como relata Grená: *“Claro que hoje em dia a gente sabe que tem produto pra cada coisa, mas nessa época não tinha e aí não podia entrar na água”*. Assim como mencionado por Alizarina, que aderiu ao coletor menstrual: *“Praticar atividade física, já deixei de fazer por isso. Vestir determinada roupa. Não entrar numa piscina, numa praia, mas isso mais quando eu usava absorvente porque o coletor dá mais liberdade, né?”*.

Entretanto, neste estudo, algumas entrevistadas relataram abrir mão desses momentos, muitas vezes por insegurança ou, como mencionado anteriormente, desconhecimento do manuseio dos produtos de gestão menstrual mais modernos como absorvente interno, coletor menstrual, disco menstrual e calcinha absorvente. Esse desconhecimento sobre outros produtos, como coletor menstrual, ficou evidente nas palestras realizadas nas escolas, nas quais tanto os professores quanto os alunos das escolas não conheciam tais produtos (Diário de campo, 2024).

A insegurança afeta em vários aspectos as vulnerabilidades enfrentadas no período menstrual. Por exemplo, a insegurança de sair e ficar sentada em algum lugar e se manchar, como relatado por Alizarina: *“Acho que já me deu muita insegurança também, de estar fora de casa e aí ter medo de sujar, sei lá, o banco do trabalho, a faculdade, essas coisas”*. O medo de se manchar é tanto (Malefyt; McCabe, 2016) que muitas fogem de roupas claras ou brancas nesses dias:

Já me impediu de usar uma roupa mais clarinha. E já me dificultou o trabalho, pela questão do branco, pela questão da calça branca. E tu já fica com aquela insegurança. Agora eu estou menstruada, vou botar a calça branca para trabalhar. Isso dá essa insegurança. Dificulta um pouco (Grená).

Uma das entrevistadas relata que, para se sentir segura nesses dias, usa três calcinhas nos plantões do trabalho *“Mas eu me sinto mais segura, se eu usar três calcinhas para conter um absorvente porque eu tenho muito medo de simplesmente*

vazar e sujar minha roupa branca, minha roupa de trabalho, né?” (Marsala). Fato este, que pode ser prejudicial para sua saúde íntima por conta do abafamento causado pelas várias camadas de tecidos.

Ao deixar de frequentar lugares ou participar de atividades durante a menstruação, que ocorre todos os meses, por pelo menos três dias, essas mulheres perdem grandes oportunidades, como conteúdos importantes na escola, entrevistas de empregos e momentos de lazer e socialização, ampliando ainda mais a desigualdade de gênero (Perez, 2022). Foi possível refletir sobre essa realidade em um acontecimento registrado no diário de campo, no qual uma aluna, candidata a uma bolsa que foi ofertada por um projeto de pesquisa do qual a pesquisadora participa mandou e-mail avisando que perderia o horário da entrevista, visto que tinha baixado a sua menstruação e ela estava sozinha em casa e sem absorventes (Diário de campo, 2024). Esse relato encontra eco nas falas das entrevistadas, que expressam como a menstruação impacta diretamente sua participação em compromissos cotidianos. Púrpura menciona: “quando tu tá menstruada, se tu tem um compromisso que não é muito importante, tu já não vai. Vai só se for muito importante”, Borgonha complementa: “Na escola, quando eu fico com muita dor. Quando eu tiver no meu período, assim, eu falto. Quando eu trabalho, não tem como, né” (Borgonha).

As dores de cólicas menstruais enfrentadas pelas mulheres também impactam sua participação em diversos ambientes (Boden et al., 2021). Em uma das palestras ministrada pela pesquisadora, o professor que estava com a turma comentou sobre esse fato, mencionando que suas alunas de escola privada frequentemente faltam a aula por questões de indisposição decorrente da menstruação (Diário de campo, 2024). Ademais uma das entrevistadas relata sentir tanta dor que muitas vezes não consegue nem levantar da cama:

Às vezes até de levantar da cama. Eu lembro que teve uma noite que eu me contorcia de dor. Que eu não conseguia dormir, me impediu de dormir. Nesse dia me impediu de trabalhar bem porque a gente acaba não conseguindo agachar direito para pegar alguma coisa (Merlot).

Para conseguir cumprir seus compromissos durante o período menstrual, muitas mulheres recorrem a medicamentos para aliviar as cólicas. No entanto, essa necessidade representa mais um custo associado à menstruação: “Porque eu tenho cólicas muito

fortes, e aí é, tipo, se eu não tomo remédio, também não é todo remédio que ajuda. E aí os que ajudam, às vezes, são um pouquinho mais carinhos” (Borgonha). Assim, além de enfrentarem dores intensas, precisam arcar com mais um item de compra mensal, o que aumenta ainda mais os gastos com a gestão do ciclo menstrual.

Além disso, outro fator que pode ocasionalmente excluir as mulheres de atividades ou eventos é a falta de produtos de gestão menstrual (Miller et al., 2024). Merlot evidencia o impacto direto da precariedade menstrual na vida cotidiana:

Pensar quantas pessoas deixam de fazer coisas, ir pra uma escola, ter uma vida. Se abdicar porque tu vai estar ali sangrando e não tem como conter aquilo, fazer tarefas básicas do dia. Tu tá impedido porque tu não tem como conter uma coisa que é natural do teu corpo (Merlot).

Os dados refletem essa problemática de forma alarmante. Em uma pesquisa da UNICEF (2021) com 1.730 pessoas, 62% das pessoas que menstruam afirmaram que já deixaram de ir à escola, ou outros lugares por causa da menstruação. Dados da ONU (2021) corroboram esse cenário globalmente, indicando que uma em cada dez meninas faltam às aulas durante a menstruação. No Brasil, essa situação é ainda mais crítica: uma a cada quatro estudantes já deixou de ir à escola por não ter absorventes.

Outra atividade em evidência nos relatos foi a dificuldade de praticar exercícios físicos. Marsala relatou: *“a menstruação dificulta em fazer exercício. Eu não faço exercício durante cinco dias ou sete”*. Muitas vezes por questões de desconfortos causados por cólicas menstruais ou pelos produtos de gestão menstrual, como pode ser observado na fala de Carmesim: *“A gente que corre, pra correr com um absorvente, eu prefiro não ir”*. Essas limitações escancaram a vulnerabilidade de gênero — trata-se de uma experiência de restrição que ocorre pelo simples fato de ser mulher e menstruar. Como aponta Scott (1995), o gênero organiza o significado das experiências. Assim, as mulheres são constantemente submetidas a normas e barreiras que as afastam de espaços tradicionalmente construídos “para os homens” — como o do esporte e da prática de atividades físicas.

E mesmo quando vão praticar, o fazem com todo cuidado do mundo para não correr o risco de sair manchada, como relata Sangria: *“Não praticava com tanta leveza, com tanta sagacidade”*. Prince e Annison (2022) mencionam a importância de estudar

estratégias para gerenciar essas “restrições” enfrentadas pelas mulheres e permitir uma maior inclusão e participação das mesmas em atividades físicas e de aventuras.

A maioria das entrevistadas revela sentir uma enorme mudança de humor nos dias de menstruação. Estresse, cansaço, sono, falta de concentração e vontade de ficar sozinha foram mencionados, *“Eu não quero cozinhar pra ninguém. Eu não quero conversar com ninguém. Eu não quero que precisem de mim, porque eu geralmente não tô pra ninguém nesses dias”* (Bordô). Estudos mostram que a menstruação pode afetar o desempenho das mulheres, devido às alterações nos hormônios (Laske; Konjer; Meier, 2024), mudanças de humor (Malefyt; McCabe, 2016; Ojezele et al., 2022) e dores intensas (Ojezele et al., 2022).

Uma fala ilustra bem essa situação: *“quando eu tô menstruada, eu sinto dor, eu fico mais lenta, eu fico mais irritada. Eu vejo que muda bastante. O que me cai é meu rendimento, né?”* (Carmesim), Amora complementa: *“As vezes tu tenta, mas a única coisa que tu quer é chegar em casa e se deitar, ficar deitada. Então, realmente o rendimento cai pela metade ou pra menos, dependendo da dor ou do estresse”*. Portanto, assim como no estudo de Malefyt e McCabe (2016), para maioria das entrevistadas, a menstruação é envolta de dores e mudanças de humor. Esses desconfortos afetam o desempenho das mulheres em atividades cotidianas.

Mais do que isso, há variações hormonais significativas ao longo das fases do ciclo menstrual — como a fase lútea, em que é comum maior sensibilidade, fadiga e queda no rendimento físico. Enquanto os corpos masculinos mantêm certa estabilidade hormonal ao longo do mês, as mulheres enfrentam oscilações cíclicas que impactam diretamente a energia, o humor e a disposição física. Estudos como o de McNulty et al. (2020) demonstram que o ciclo menstrual pode influenciar desde o desempenho atlético até a capacidade de concentração e o bem-estar geral. Ignorar essas diferenças reforça uma lógica de desempenho pautada em um corpo-padrão masculino, que desconsidera as singularidades do ciclo menstrual e perpetua desigualdades em espaços como o trabalho e o esporte.

As narrativas evidenciam também uma mudança na concentração *“E também na concentração, tudo, alimentação... Impacta completamente na rotina dos estudos, no dia-a-dia, impacta muito”* (Cornalina), *“Não tanto no meu desempenho, mas na minha concentração, que conseqüentemente afeta o desempenho porque quando a gente não*

está tão concentrada, a gente não produz tanto, não se dedica tanto” (Sangria). No estudo de Benshaul-Tolonen et al. (2020) essas narrativas são reforçadas, visto que, 33% das meninas apontaram menor concentração na escola no período menstrual.

O trabalho também foi mencionado pelas entrevistadas, Carmesim: *“Olha, até na questão de trabalho, né, complica, porque se tiver que caminhar um pouco já, né? Tu fica incômodo com um absorvente no meio da perna”*, Borgonha acrescenta:

no trabalho pra me desempenhar, porque eu fico bastante em movimento, aí às vezes eu tenho que carregar umas coisas pesadas, assim, e aí, e aí quando eu tô menstruada me dificulta, assim, aí eu tenho que tá pedindo pra alguém me levar pra mim, essas coisas, tipo, dificulta nisso então (Borgonha).

Os relatos das entrevistadas evidenciam como a menstruação pode impactar significativamente a rotina e bem-estar das mulheres (Laske; Konjer; Meier, 2024), seja pela restrição de não poder realizar algumas atividades, seja pela impossibilidade de interromper suas atividades mesmo diante de incômodos intensos. A fala de Sangria ilustra essa dualidade:

Realmente é um problema tu ser impedida de fazer certas coisas por conta disso, mas tu também fazer é. E, ao fazer, tu tem que fazer escondida, escondendo aquele desconforto, aquela vontade que tu tinha de estar em casa. Porque é o momento mais íntimo do corpo (Sangria).

Esse silenciamento aparece também no relato de Marsala, que enfatiza as dificuldades enfrentadas no ambiente de trabalho. A impossibilidade de atender às próprias necessidades básicas, como a troca de absorventes, pode acarretar em problemas de saúde, como infecções: *“Acabei que eu fiquei passando muito tempo com absorvente, 12 horas com absorvente. E, chegando, eu estava quase com uma inflamação de tanto tempo que eu fiquei com absorvente. Porque o estágio não para, né?”* (Marsala).

O cenário descrito por Marsala não é isolado. Muitas mulheres, especialmente em trabalhos que exigem longas jornadas, não têm acesso adequado a pausas ou condições dignas para manter a gestão menstrual. Nesse contexto, alternativas como o coletor menstrual — que, segundo estudos (Dias; Anjos; Dias, 2017), pode ser utilizado com segurança por até 12 horas — poderiam oferecer uma solução prática e higiênica para mulheres em situações semelhantes. No entanto, a falta de informação e o estigma

em torno de produtos menstruais alternativos dificultam sua adoção ampla (Castro; Mang, 2024).

A necessidade de suporte legislativo é reforçada nas respostas das entrevistadas sobre a criação de leis que garantam esse amparo. A grande maioria das entrevistadas concorda com a implementação de políticas que proporcionem condições mais equitativas às mulheres durante a menstruação, como sugere Bordô: *“Uma licença, nesses dias assim. Porque deve ser horrível tu tá trabalhando com muita dor, trabalhando abaixo de remédio”*, que, mesmo sem sentir tantas dores, percebe o impacto no desempenho de colegas, amigas, conhecidas e reconhece a necessidade de apoio, acrescenta ainda *“E eu que não sentindo dor já vejo a minha qualidade de vida reduzir bastante”* [durante o período menstrual]. Amora complementa: *“tem mulheres que sentem muita dor que até pra ir ao local do trabalho fica complicado. Então, eu acredito que teria que ter uma política pública pra isso. Não sei, um parâmetro pra chegar mais tarde ou compensar um dia de folga”*.

Essas sugestões convergem com a proposta da licença menstrual, um benefício legal previsto em alguns países que permite a ausência das mulheres no âmbito laboral em razão de desconfortos relacionados à menstruação (Furlano, 2024, Widyani, 2022). No Brasil, o Distrito Federal já instituiu a licença menstrual para servidoras públicas, sinalizando um avanço na consideração das especificidades do corpo feminino no âmbito laboral. No entanto, embora essa medida possa representar uma importante conquista para a saúde e o bem-estar das pessoas que menstruam, também suscita preocupações. Há o risco de que, ao invés de promover maior equidade, ela possa reforçar desigualdades já existentes, alimentando estigmas e preconceitos no mercado de trabalho. Empresas, por exemplo, podem passar a evitar a contratação de mulheres sob a justificativa de que elas “dariam mais despesas” ou seriam “menos produtivas” por conta da menstruação, perpetuando discriminações de gênero.

Essa discussão se alinha à crítica de Fineman (2005), para quem a vulnerabilidade, quando dissociada de suas conotações negativas e limitantes, torna-se uma poderosa ferramenta conceitual com o potencial de definir obrigações para o Estado no sentido de garantir uma igualdade mais rica e robusta do que a oferecida pelo modelo tradicional de proteção formal e abstrata perante a lei. Assim, políticas públicas como a licença menstrual devem ser pensadas e acompanhadas por ações educativas e

estruturais, como a ampliação da educação menstrual e o combate à estigmatização do ciclo, para que promovam de fato justiça social, em vez de se transformarem em novos mecanismos de exclusão (Glazer et al., 2024; Junior, 2024).

Ainda pensando em leis, Magenta sugere que as mulheres tenham acesso facilitado aos absorventes, que poderiam estar disponíveis em banheiros públicos, por exemplo *“devia existir nos banheiros públicos, assim como fornecem camisinha, né, pra mulher, pra homem também. devia fornecer absorvente nos banheiros públicos”*.

Já quanto à infraestrutura dos banheiros foi mencionado sobre a dificuldade de frequentar banheiros quando se está na rua, no centro da cidade, em viagens, banheiros públicos, Púrpura comenta: *“se tu sai pra rua, assim, tu não tem um banheiro adequado”*, Amora acrescenta: *“Vai no centro, não tem um local pra ti fazer tuas necessidades, né. Independente se tu tá no menstruada ou não, e se tu tá no menstruada, ainda pior”*. Além desses fatores, Alizarina traz uma outra questão, referente a higienização do coletor menstrual, quase impossível de se fazer fora de casa, uma vez que: *“Nenhum banheiro é pensado pra uma mulher tirar um coletor e lavar a mão, porque o coletor, né, tem que tá com a mão higienizada”*. Esses relatos corroboram com os dados da pesquisa realizada pelo Fundo de População das Nações Unidas (UNFPA, 2021), que evidencia a precariedade dos banheiros disponíveis, especialmente em escolas.

Por fim, foi mencionada a necessidade de *“Um apoio psicológico, um apoio especializado para as mulheres, né?”* (Alizarina), uma vez que essa vulnerabilidade de gênero exige que as mulheres estejam sempre bem, mesmo que sangrando, como comenta Sangria:

eu sou uma mulher que não lido tão bem com ser vulnerável porque eu sempre preciso estar muito imponente no meu trabalho, na faculdade [...], e aí quando tem essa fase que eu estou mais sensível hormonalmente, me gera um desconforto [...] (Sangria).

Todas essas vulnerabilidades apresentadas — hormonais, físicas, sociais, estruturais, estatais, legislativas, emocionais e simbólicas — afastam as mulheres de oportunidades de lazer, estudo, trabalho e participação plena na sociedade. Ao

impactarem diretamente a autonomia e o bem-estar das entrevistadas, essas experiências acabam por intensificar a vulnerabilidade socioeconômica já enfrentada por elas, evidenciando como essas camadas de vulnerabilidade não operam de forma isolada, mas se entrelaçam e se reforçam mutuamente. A seguir, aprofunda-se a análise das vivências de vulnerabilidade socioeconômica enfrentadas pelas entrevistadas deste estudo.

4.3.2 Vulnerabilidade socioeconômica

Neste tópico aprofunda-se as narrativas em torno das vulnerabilidades socioeconômicas enfrentadas pelas mulheres no consumo de produtos de gestão menstrual. A vulnerabilidade socioeconômica nesse contexto, refere-se principalmente às questões financeiras relacionadas à aquisição de produtos de gestão menstrual.

Ao serem questionadas sobre os desafios de acesso e custo dos produtos menstruais, as entrevistadas compartilharam relatos que evidenciam o peso financeiro desses itens em suas despesas, que representam um custo significativo nas finanças mensais (Miyake, 2023). Muitas mencionaram a necessidade de priorizar a compra de absorventes em detrimento de outras despesas essenciais. Púrpura exemplifica essa realidade ao dizer: *“vou deixar de pagar uma continha ali que eu posso pagar mais pra frente e vou comprar o que eu preciso agora”*. O mesmo impasse é relatado por Grená: *“Eu já deixei de comprar outras coisas pra comprar o absorvente”* e por Sangria: *“eu já deixei de comprar algumas coisas porque eu tinha que comprar absorvente”*.

Mesmo aquelas que conseguem ter acesso aos produtos sem abrir mão de outras coisas, reconhecem os preços altos *“tenho acesso, né, mas tá caro”* (Marsala). Merlot complementa:

Eu economizava o máximo. Porque essa era uma obrigação que eu tinha que ter todo mês, querendo ou não. Então, eu fazia de tudo para poder ter os itens essenciais, né? Como o absorvente, sabonete, coisas assim. Daí era só na questão de tira daqui para botar ali (Merlot).

Essas narrativas revelam que a precariedade menstrual não se restringe apenas à falta total de acesso aos produtos, mas também à necessidade constante de reorganizar os gastos para garantir o básico para uma gestão menstrual digna. Esse panorama

reforça a noção de vulnerabilidade socioeconômica como um processo no qual desigualdades de gênero, classe e acesso a direitos se entrecruzam (Fineman, 2008). Como argumenta Fineman (2005), a vulnerabilidade deve ser compreendida como uma condição universal, mas que se manifesta de forma desigual em razão da estrutura social e da distribuição de recursos. A recorrente escolha entre produtos menstruais e outros itens, como ilustrado pelas falas das entrevistadas, expõe um sistema que negligencia as especificidades do corpo feminino e ignora as demandas particulares da gestão menstrual.

Os gastos com os produtos de gestão menstrual variaram muito mensalmente para cada entrevistada, enquanto de um lado Fúcsia relata gastar “*menos de 10 reais*”, Cardeal, que tem três filhas que menstruam, alega gastar “*uns 150, até mais*” com produtos de gestão menstrual. Um valor que sai todos os meses dá conta dessas pessoas e que poderia ser utilizado para outros itens essenciais como alimentação ou até mesmo transporte escolar, como relata Sangria:

Uma família compra uma sacola de meio quilo de pão, um quilo de pão pra uma família. É o preço desse absorvente aqui, porque até o mais barato que você vai olhar hoje não baixa de cinco reais. E querendo ou não, é quase duas passagens, que uma criança pode ir pra escola (Sangria).

Para ilustrar o preço dos produtos de gestão menstrual, realizou-se uma pesquisa em farmácias físicas e nos seus respectivos sites, assim como nos sites de marcas de produtos de gestão menstrual sustentáveis, e o Quadro 2 resume a média dos preços encontrados nestas pesquisas.

Quadro 2 - Variação de preços dos produtos de gestão menstrual

Produto	Imagem	Faixa de Preço
Absorvente externo		de R\$ 5,60 à R\$ 11,99 (pacote com 8 unidades)

Absorvente interno		de R\$ 9,20 à R\$ 25,90 (pacote com 8 unidades)
Calcinha absorvente		de R\$ 45,00 à R\$231,20 (unidade)
Coletor menstrual		de R\$ 59,00 à R\$ 79,00 (unidade)
Disco menstrual		de R\$ 49,90 à R\$ 89,00 (unidade)

Fonte: Diário de campo (2025).

Apesar dos altos preços, algumas das entrevistadas ainda conseguem contar com uma rede de apoio à qual recorrem em momentos de necessidade, por mais constrangedor que isso possa ser para elas, como comenta Amora: *“Ah, é complicado, né, ter que estar pedindo pros outros comprar pra ti”*. Outras, mesmo tendo acesso aos produtos de gestão menstrual, precisam optar por marcas mais baratas e desconfortáveis, como relatado por Sangria: *“tinha que usar a marca que era mais barata [...] eram bem desconfortáveis, que eu não gostava. Mas assim, pelo menos a gente tinha sim”*.

No entanto, nem todas as mulheres conseguem ter acesso contínuo aos produtos necessários para uma gestão menstrual digna. Essa realidade reflete desigualdades estruturais que limitam o poder de compra e ampliam a sobrecarga financeira das mulheres. Enquanto homens não precisam destinar parte de seu orçamento para lidar com uma condição fisiológica recorrente, as mulheres ainda enfrentam custos adicionais

com produtos de gestão menstrual, como: remédios, lenços umedecidos e outros produtos de cuidado pessoal associados à menstruação.

Para uma melhor compreensão dessa realidade de precariedade menstrual enfrentada pelas entrevistadas, marcada pela ausência de produtos de gestão menstrual, apresenta-se, no Quadro 3, um conjunto de narrativas que revelam as estratégias adotadas diante dessa escassez. Os relatos expõem o uso de materiais improvisados, utilizados por elas próprias ou por conhecidas, como forma de conter o sangue menstrual em contexto de vulnerabilidade socioeconômica.

Quadro 3 - Improvisos que escorrem da falta

Nome	O que se usa quando não se tem o que precisa?
Vermelha	<p><i>“já usei paninho, alguma coisa assim, já usei”</i></p> <p><i>“A gente tem uma camiseta em casa, alguma coisa ainda, mas, ou papel higiênico mesmo”</i></p>
Carmesim	<p><i>“A minha mãe costurava na máquina, dava um paninho. Uma meia dúzia de paninhos pra cada uma, usava no teu ciclo, lavava, escondido, pra ninguém ver que tu tava menstruada, e secava escondido”</i></p>
Escarlate	<p><i>“eu conheci uma vizinha que não usava absorvente ela só usava pano” (se referindo a uma vizinha)</i></p>
Grená	<p><i>“já aconteceu uma vez de eu estar com os guris numa festa e aí do nada começar a vir, aí foi uma fralda mesmo”</i></p>
Rubra	<p><i>“Em casos de rua, às vezes não tinha, às vezes tinha que colocar. Eu sempre andava com lenço umedecido, então eu colocava. Ou então papel higiênico”</i></p> <p><i>“como eu participo do projeto Mestrua, eu sei que realmente isso acontece, as mulheres não têm condições nenhuma, e elas colocam coisas até sacolas plásticas” (se referindo a conhecidas)</i></p>
Bordô	<p><i>“tinha que usar papel higiênico era o que podia ali na hora”</i></p>
Amora	<p><i>“o papel higiênico, né, a gente faz um bolinho ali pra estancar por enquanto até chegar em casa”</i></p>
Magenta	<p><i>“E papelão, assim, nós podíamos até usar antigamente. Jornal, antigamente até usava, criança, né?”</i></p> <p><i>“Mas quando eu era guria até, eu só usei esse pano, mas agora não é bom usar, né?”</i></p>

Fúcsia	<i>“usar papel higiênico até você ir até o lugar”</i>
Alizarina	<i>“mais papel higiênico, assim, que eu já coloquei, toalhinha também, toalhinha higiênica, paninho, assim.”</i>
Cornalina	<i>“a gente já passou por esse momento de um papel higiênico ali que, que acabou e a gente se vê meio, mas a gente sabe que na nossa realidade a gente vai conseguir em seguida pegar um”</i>
Sangria	<i>“Usar papel higiênico, usar uma toalhinha”</i>
Marsala	<i>“só com papel higiênico mesmo que eu improvisei”</i> <i>“Ela tinha que usar pedaços de pano mesmo [...] ela recortava de roupas velhas, ela usava na calcinha dela. Ela lavava o pano e utilizava na próxima menstruação”</i> (se referindo a sua mãe)
Rosê	<i>“Sabe essas toalhinhas higiênicas? Tá, então. A mãe que me explicou também uma vez de colocar o nylon no meio, né? Pra botar. Ou colocar duas toalhinhas junto pra ser como se usava antigamente, porque antigamente eram umas toalhinhas higiênicas que faziam e colocavam o nylon no meio”</i>
Merlot	<i>“utilizar papel mesmo”</i> <i>“Eu lembro que uma vez eu estava com uma meia na mochila. E aí botei ali, porque era a única coisa que eu tinha no momento.”</i>
Terracota	<i>“eu não tinha como ter, não tinha como comprar e aí eu tinha muita vergonha de falar pro meu pai. Aí eu improvisava [...] com papel higiênico, com um paninho, até eu ir lá e comprar, né”</i>
Cardeal	<i>“Eu cansei de ir lá botar paninho, né? Sim. Porque não tinha condições de comprar, eu botava, lavava os paninhos. Eu tenho, antigamente, que a gente usava, botava de molho, lavava e botava de novo. O que eu faço quando não tem como pagar, né?”</i> <i>“fazem umas trouxinhas de algodão e botam. Aí é comum. Vai molhando, molhando, molhando e depois tu tira”</i> (se referindo a conhecidas)
Borgonha	<i>“eu já improvisei com fralda, do meu sobrinho e do meu irmão. Aí como não, não tinha absorvente, aí eu, tá, vou ter que usar uma fralda”</i> <i>“antigamente [...] tinha gente que não tinha condições, né? Ou usavam aqueles de pano, que era menos higiênico, ou usavam o miolo de pão”</i> (se referindo às amigas da sua mãe) <i>“tinha acabado de baixar a menstruação dela, aí ela usou um, um rolo de papel higiênico, assim, de improvisando”</i> (se referindo a sua amiga)

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Ao analisar o Quadro 3, observa-se que, das 20 entrevistadas, apenas duas relataram não ter precisado improvisar ou buscar alternativas distintas para conter o

sangue menstrual. As demais 18 já improvisaram ao menos uma vez na vida, revelando o quanto a gestão menstrual pode ser permeada por incertezas e limitações.

Nove dessas mulheres mencionaram o uso de papel higiênico como alternativa emergencial, especialmente em situações em que a menstruação teve início fora de casa, longe de acesso a produtos adequados. Nesses casos, a improvisação não estava necessariamente ligada à falta de recursos financeiros, como ilustrado no relato de Cornalina: *“a gente já passou por esse momento de um papel higiênico ali que acabou, mas a gente sabe que na nossa realidade a gente vai conseguir em seguida pegar um”*.

Entretanto, essa não é a realidade de todas. Onze entrevistadas revelaram que já improvisaram para conter o sangue menstrual por questões financeiras. Carmesim destaca: *“Era bem mais caro. Foi difícil o acesso”*. Portanto, a improvisação com outros meios como: paninhos, camisetas velhas, papel higiênico, fralda, algodão, entre outros materiais, torna-se uma estratégia forçada de enfrentamento da precariedade menstrual. Esses relatos se conectam ao estudo de Schmitt et al. (2023), que identificou que quase todas as participantes enfrentaram desafios financeiros na compra de produtos menstruais desde a pandemia de COVID-19.

Uma das entrevistadas chegou a relatar que precisou dividir um único pacote de absorventes com sua mãe, evidenciando a precariedade: *“já chegou vezes dela comprar e falar: Olha, eu comprei um pacote. Vou repartir contigo, metade pra ti, metade pra mim. Então imagina um pacote que vem sete absorventes. Ficava difícil, né?”* (Grená). Além disso, em situações de racionalização de gastos é comum que os filhos sejam a prioridade das famílias na hora das compras (Chauvel; Mattos, 2008), assim como as mães priorizam a gestão menstrual das filhas: *“Mas, mais pra elas, né? Porque se eu, eu uso toalhinha, mas mais pra elas, que são mocinhas, né?”* (Cardeal).

Ademais, além dos relatos próprios, algumas entrevistadas relataram conhecimento de outros meios que já foram utilizados para conter o sangue menstrual por conhecidas, amigas e até mesmo mãe, como é o exemplo de rolo de papel higiênico, miolo de pão, sacolas plásticas e trouxinhas de algodão narrados no Quadro 3.

A maioria das entrevistadas relatou consumir produtos de qualidade inferior por questões financeiras, como expressa Carmesim: *“Ah, sim. Se eu ganhasse mais, eu ia comprar uma marca bem melhor.”* Bordô reforça ao afirmar que: *“quem tem menos*

renda financeira utiliza um de qualidade menor". Magenta complementa: *"já influenciou bastante, sim, de tu ter que pegar sempre o mais barato"*. Por fim, a fala de Púrpura sintetiza essa ideia: *"Se não vai ter que faltar pra outra coisa depois, né?"*. Tais narrativas evidenciam como a vulnerabilidade socioeconômica impacta diretamente o consumo de produtos de gestão menstrual. Mesmo aquelas que não precisaram improvisar com outros itens para conter o sangue menstrual por questões financeiras, já deixaram de adquirir produtos de melhor qualidade devido ao preço, o que corrobora com os achados de Schmitt et al. (2003).

A limitação financeira também impede que muitas mulheres testem produtos que poderiam ser mais adequados às suas necessidades. Amora menciona essa dificuldade: *"eu sei que tem muitos melhores, né, e são bem mais caros. Então, eu nunca testei, porque né, no momento, não poderia"* (Amora).

Além disso, produtos sustentáveis, como coletores menstruais, discos menstruais e calcinhas absorventes, possuem um alto custo inicial, dificultando sua aquisição (Guiraldelo, 2023; Han, 2020). As narrativas das entrevistadas revelam não apenas o desejo de experimentar tais produtos, mas também a frustração diante da impossibilidade de adquiri-los, devido à barreira financeira. Cornalina, por exemplo, afirma: *"Mas eu acredito que se eu tivesse mais uma renda maior [...] quem sabe, testar outros produtos, como a calcinha que eu tinha vontade"* (Cornalina), *"Influencia muito porque eu, uma coisa que eu quero comprar muito quando eu receber meu salário é aqueles coletores menstruais e as calcinhas menstruais, né?"* (Marsala). Já Merlot explicita a relação direta entre preço e escolha: *"Eu sempre vou na marca mais barata. E acho que até isso é um fator de eu nunca ter usado o coletor. Porque eu sempre achei muito caro"* (Merlot).

Esses relatos evidenciam como o acesso a produtos sustentáveis está condicionado por fatores estruturais, como renda. Como destacam Bobel (2010) e Johnston-Robledo e Chrisler (2020), a chamada "justiça menstrual" precisa considerar não apenas o acesso a produtos básicos, mas também a liberdade de escolha entre diferentes opções de produtos menstruais. No entanto, em contextos de desigualdade, essa escolha é limitada, o que reforça um ciclo de exclusão e estigmatização.

Assim como Alizarina, que mesmo já utilizando o coletor menstrual expõe a insegurança desse alto investimento: *"Acho que nunca tive dificuldade, mas eu*

posterguei o coletor pelo preço, porque deu muita insegurança, sabe, de pensar que ele é mais caro e não me adaptar e botar dinheiro fora”. Por outro lado, tem-se o relato de Cornalina, após anos utilizando o coletor menstrual:

Mas com o coletor é muito mais fácil, porque é um investimento que dura três anos, né, então é mais tranquilo. Embora seja um investimento um pouquinho mais alto do que o preço de um absorvente que a gente compra na farmácia, né, o coletor também é um pouquinho mais caro. Mas dura muito mais (Cornalina).

As entrevistadas foram questionadas se tinham conhecimento que os produtos de gestão menstrual são tributados como itens não essenciais, recebendo a mesma taxa dos cosméticos (Motta; Brito, 2022, Neris, 2020). Somente duas das 20 entrevistadas já sabiam dessa informação antes da entrevista. Vale ressaltar que, essas que disseram conhecer a informação, uma destas participou de uma das palestras nas escolas que as pesquisadoras fizeram durante a coleta de dados e a outra participa ativamente de um projeto sobre menstruação, enquanto todas as outras 18 mulheres nunca haviam ouvido falar sobre a taxa dos produtos de gestão menstrual.

A informação causou surpresa e indignação nas entrevistadas, as narrativas constataam isso *“tinha que distribuir da graça, assim, como distribuem preservativo, teria que ter isso, né, eu acho um absurdo isso”* (Borgonha), corrobora Carmesim *“eu acho que é como se fosse uma medicação, né. Não é um cosmético, porque não é uma coisa pra vaidade da pessoa, teria que ser como uma medicação, né”* (Carmesim). Assim como, Cornalina:

Porque é um item de necessidade básica pra mulher, a gente não consegue menstruar sem um absorvente ou qualquer tipo de produto de higiene, é algo nosso, que a gente precisa, é como se fosse, não sei se essa comparação que eu faço tá certa, mas é como se fosse um remédio, é básico, alguma coisa que a gente precisa, todo mês, básico, não podia ser taxado como uma maquiagem, que é pra estética, né (Cornalina).

Além dos gastos com os produtos específicos para conter o sangue menstrual, muitas mulheres precisam ainda recorrer a medicamentos para enfrentar esses dias, em razão de cólicas e dores, conforme relata Rosê: *“Quando tem muita dor, tem que tomar algum medicamento, né, pra dor. Isso também, que qualquer remédio hoje é um pouquinho caro, né. Não é barato, porque a gente não pode tirar na farmácia da prefeitura, a não ser com receita”*. Essa fala ilustra como a gestão menstrual envolve

uma série de demandas que ultrapassam a compra de absorventes. Lenços umedecidos e sabonetes íntimos são comumente utilizados para manter a higiene durante esse período, o que representa um acréscimo relevante nas despesas mensais das mulheres.

Por fim, com o propósito de não influenciar nas respostas anteriores, e instigar discussões sobre as vulnerabilidades enfrentadas pelas mulheres de baixa renda, foram apresentados os fotogramas anteriormente escolhidos para a técnica de fotoelicitação. Os fotogramas utilizados na fotoelicitação propuseram um momento no qual algumas das entrevistadas comentaram mais sobre os imprevistos que já precisaram fazer para conter o sangue menstrual, uma vez que antes, quando perguntado, algumas não discorreram muito sobre. O que indica que os fotogramas cumpriram seu papel de instigar as narrativas mais sensíveis, assim como no estudo de Dumangane (2022) no qual o autor revela que também não teria descoberto relatos tão ricos sem a utilização desta técnica.

Fotoelicitação 3 - Precariedade Menstrual



Fonte: (Silva; Oliveira, 2024).

Os fotogramas despertaram os mais variados sentimentos nas entrevistadas. Entretanto, o fotograma que teve maior impacto nas entrevistadas e que as despertou para maiores narrativas foi o terceiro fotograma, o qual mostra que mulheres utilizam miolo de pão para conter o sangue menstrual. As entrevistadas demonstraram certo desconhecimento e indignação sobre esse fato, “*Essa do pão é triste, né?...Eu acho que é uma falta de dignidade pra mulher*” (Carmesim), outras entrevistadas corroboram “*O do pão eu acho bem estranho. Mas vai pela necessidade da pessoa também*” (Escarlate), “*É, nunca ouvi esse do miolo de pão, não, nunca ouvi. As duas primeiras, sim, já*” (Vermelha).

Toda essa questão é tão silenciada que muitas das entrevistadas não acreditaram que essa é a realidade de algumas mulheres ao redor do mundo, especialmente no Brasil. Todavia, em uma das palestras ministradas, houve um relato de uma menina mencionando que conhecia uma amiga da mãe dela, com 10 filhos, que já precisou utilizar miolo de pão para conter o sangue menstrual (Diário de campo, 2024). Outros dados reforçam que a precariedade menstrual no Brasil existe, uma pesquisa realizada pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF, 2021) mostrou que 900 mil meninas não têm acesso à água canalizada em seus domicílios e 6,5 milhões vivem em casas sem ligação à rede de esgoto. Ademais, ainda neste estudo foi possível obter outros relatos de mulheres que ainda passam por situações parecidas. Assim como mencionado por Marsala:

Muita gente acha que absorvente é barato, que todo mundo tem dinheiro para comprar. Mas a gente vê que, mesmo no Brasil, em alguns lugares do Brasil, ainda tem mulheres que passam por isso, que estão passando por isso ainda. Que não puderam comprar absorvente. Que está cada dia mais caro (Marsala).

Outrossim, os fotogramas despertaram reflexões acerca da dignidade menstrual, que muitas ainda não têm acesso ao básico para manter uma gestão menstrual, Bordô problematiza essa questão em seu relato: *“Uma mulher não ter oportunidade de ter um período menstrual digno, é uma coisa indigna! Uma coisa tão natural, mas é uma coisa que para muitas mulheres, esses dias, uma semana, cinco dias, é uma coisa triste”*.

Além de ser indigno, utilizar esses meios para conter o sangue menstrual podem acarretar em problemas de saúde (Cintra; Gagliani, 2023; North; Oldham, 2011), infecções, além de serem completamente desconfortáveis, Fúcsia comenta: *“o absorvente já é desconfortável imagina ter que usar algum outro produto que não seja a função dele pra isso, nossa, deve ser muito desconfortável”*.

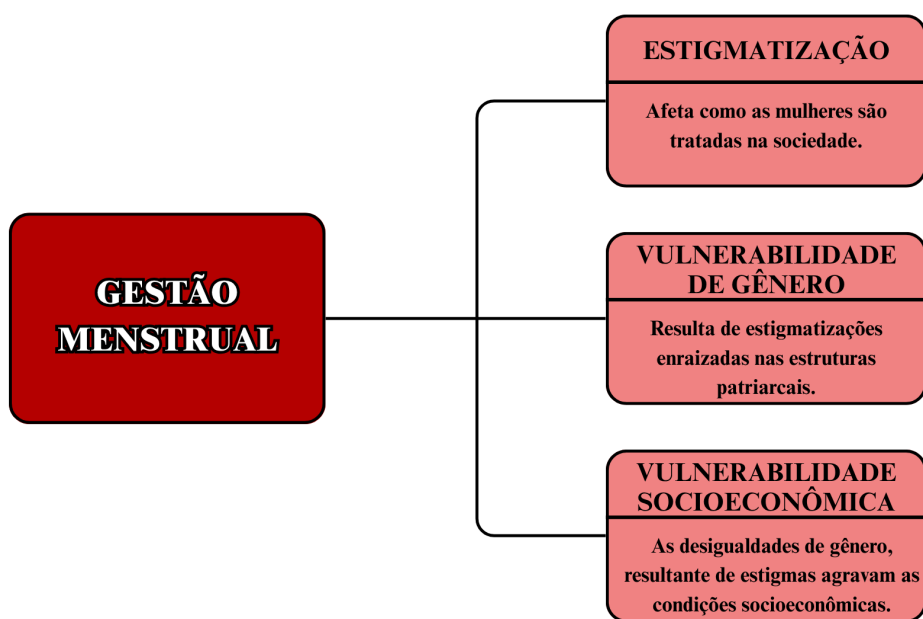
Ademais, os fotogramas estimularam algumas lembranças das entrevistadas. Marsala relembra que sua mãe, só foi ter acesso a absorvente depois de seis anos menstruando, antes só usava paninhos feitos de roupas velhas, *“ela recortava de roupas velhas, ela usava na calcinha dela. Ela lavava o pano e utilizava na próxima menstruação”* (Marsala). Esse relato evidencia a demora dos absorventes para se

popularizar na sociedade, especialmente em contextos de vulnerabilidade, considerando que o primeiro absorvente higiênico comercial foi lançado em 1921 (Mandziuk, 2010).

As narrativas das entrevistadas escancaram como a vulnerabilidade socioeconômica impõe barreiras concretas à vivência digna da menstruação. Entre improvisos dolorosos, memórias de escassez e indignações diante de políticas públicas e tributações injustas, o que emerge é a urgência de se reconhecer a gestão menstrual como uma questão de justiça social, saúde pública e dignidade humana.

Ao finalizar a análise e discussão dos dados, percebe-se o claro entrelaçamento entre os principais temas abordados neste estudo: estigma, vulnerabilidade de gênero e vulnerabilidade socioeconômica no contexto do consumo dos produtos de gestão menstrual. A Figura 1 a seguir ilustra o entrelaçamento entre as três dimensões centrais que estruturam este estudo.

Figura 1 - O entrelaçamento



Fonte: Elaborado pela autora (2025).

Parte-se do entendimento de que os estigmas associados às vivências menstruais afetam diretamente a forma como as mulheres são tratadas nas esferas social, institucional e cultural. Esses estigmas não apenas contribuem para a manutenção das desigualdades de gênero, como também intensificam os impactos dessas desigualdades sobre as condições socioeconômicas das mulheres. Exemplo disso é a maneira como o

estigma em torno da menstruação influencia o acesso pleno de direitos, como a licença menstrual. Mulheres podem evitar solicitar esse direito por receio de serem julgadas ou discriminadas, enquanto empregadores, por sua vez, podem resistir à contratação de mulheres com base em suposições estigmatizadas de que a licença representaria um custo adicional ou prejuízo à produtividade. Dessa forma, o estigma não apenas agrava a vulnerabilidade de gênero, mas também repercute diretamente na inserção e permanência das mulheres no mercado de trabalho, aprofundando as desigualdades socioeconômicas. Trata-se de um ciclo persistente: enquanto persistirem os estigmas que atravessam as experiências das mulheres, seguirão existindo camadas de vulnerabilidades.

O uso do termo **gestão menstrual**, adotado ao longo deste estudo, é fruto de uma trajetória que envolveu tanto o aprofundamento teórico quanto a imersão prática no campo investigado. A opção por essa terminologia não foi aleatória, mas construída com base em uma crítica ao uso amplamente difundido da expressão **higiene menstrual**, cuja carga simbólica remete à ideia de sujeira e impureza, reforçando estigmas historicamente atribuídos à menstruação.

Conforme discutido por Goffman (1963), o estigma opera como um processo social que desqualifica o indivíduo e o torna menos aceito socialmente. No caso da menstruação, o discurso da higiene reforça o estigma ao enquadrar o sangue menstrual como algo a ser higienizado ou escondido, promovendo sentimentos de vergonha e constrangimento. A proposta do conceito de “gestão menstrual” busca, portanto, ressignificar essas narrativas. Mais do que uma questão de nomenclatura, trata-se de uma mudança de perspectiva: os produtos utilizados durante o período menstrual devem priorizar o conforto, a dignidade e a autonomia das pessoas que menstruam — e não a ideia de limpeza e higienização.

Uma busca nas bases de dados Google Acadêmico, Scielo, Scopus e Web of Science revelou que o termo já aparece em alguns estudos (Newton, 2012; Powley, 2023; Silva et al., 2024). Contudo, observa-se a ausência de esforços para defini-lo conceitualmente ou utilizá-lo como substituto crítico à higiene menstrual. Frequentemente, o termo é utilizado como sinônimo de higiene menstrual ou é usado sem um aprofundamento reflexivo. Diante disso, esta dissertação também se propõe a contribuir para o amadurecimento conceitual do termo gestão menstrual, afirmando-o

como uma escolha política e teórica frente à perpetuação de estigmas associados ao sangue menstrual e às práticas de consumo a ele relacionadas.

Em suma, o conceito de **Gestão Menstrual** que esta dissertação propõe refere-se “ao amplo conjunto de aspectos relacionados ao gerenciamento da menstruação, desde o acesso a produtos menstruais e as condições adequadas de saneamento, até a disponibilidade de informações corretas para gerenciar a menstruação de forma segura e digna”. O termo não se limita aos produtos utilizados durante o período menstrual, mas abrange também tudo que envolve a gestão desse processo biológico natural do corpo humano, que frequentemente é atravessado por questões sociais, culturais e até mesmo estruturais. Assim, a terminologia apresenta um posicionamento crítico e político, ao romper com a lógica estigmatizante da higienização da menstruação e propor uma mudança de narrativa que valoriza a dignidade menstrual.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo geral compreender como mulheres de baixa renda lidam com a estigmatização e a dupla vulnerabilidade no consumo de produtos de gestão menstrual. Assim sendo, ao finalizar o estudo, é possível afirmar que os objetivos anteriormente traçados, foram alcançados.

Foram entrevistadas 20 mulheres de idades que variam entre 18 a 54 anos, todas elas, ainda menstruavam. Dentro dessa faixa etária, a pesquisa conseguiu abarcar experiências de diferentes momentos da vida menstrual. A maioria das entrevistadas utiliza absorventes externos descartáveis, sendo que poucas (duas) entrevistadas recorrem a opções sustentáveis como coletores menstruais. Ademais, as entrevistadas levam em consideração principalmente a proteção e preço na hora de escolher seus produtos de gestão menstrual. Além disso, a dificuldade de acesso a programas como o Dignidade Menstrual também foi um problema, já que muitas desconheciam sua existência ou enfrentavam dificuldades na obtenção do benefício, o que reflete as limitações na implementação do programa, evidenciando que um número significativo de mulheres de baixa renda enfrenta dificuldades para acessar produtos básicos de gestão menstrual, mesmo tendo potencial direito ao benefício.

A estigmatização no consumo de produtos menstruais ficou evidente em diversas situações. O bullying menstrual foi um ponto recorrente nos relatos, as mulheres narraram experiências traumáticas, especialmente na escola após vazamentos, levando algumas a faltar aulas durante o período menstrual. O tabu em torno da menstruação é profundo e se manifesta desde situações mais cotidianas, como pegar o absorvente escondido como se fosse algo ilícito escondendo-o dentro da roupa. Esses comportamentos, passados de geração para geração, reforçam a ideia de que menstruar é algo sujo, algo que deve ser escondido. Esses sentimentos de vergonha e isolamento são atravessados por construções históricas e culturais que naturalizam a ideia de que o corpo feminino deve ser escondido e silenciado, alimentando um ciclo de estigma que perpassa gerações. Diante disso, pode-se dizer que a cultura de um país influencia na forma como a menstruação é vivenciada e, neste estudo, observa-se três fatores que se destacam nesse processo: o machismo, a religião e o patriarcado. Por fim, emergem nas narrativas uma multiplicidade de esperanças sobre como seria experienciar a

menstruação livre de tabus — um cenário em que informações confiáveis seriam amplamente disponíveis, dores anormais seriam reconhecidas, o acolhimento seria uma realidade e as mulheres poderiam, enfim, fazer as pazes com seus corpos e com os ciclos naturais que os atravessam.

A vulnerabilidade de gênero se manifestou fortemente nas narrativas das entrevistadas, que frequentemente deixaram de participar de atividades, como esportes e lazer em decorrência do período menstrual. Além disso, constantemente narraram constrangimento e insegurança em relação a vazamentos do sangue menstrual, o que as faz evitar também o uso de roupas claras, especialmente as brancas, ou até mesmo evitar sair de casa durante os dias que estão menstruando. Ademais, dores, cólicas menstruais e mudanças hormonais, como oscilações de humor, irritabilidade e cansaço, foram mencionadas como fatores que dificultam suas rotinas, seja no trabalho, na escola ou nas demais tarefas. Algumas entrevistadas relataram o uso frequente de analgésicos como forma de suportar as dores e dar conta das suas responsabilidades, o que representa não apenas um impacto físico, mas também financeiro, ao adicionar um custo extra ao orçamento mensal. A insegurança de estar menstruada em ambientes profissionais foi outro ponto recorrente, agravada pela dificuldade de acesso a banheiros públicos adequados, especialmente no caso das que utilizam coletores menstruais, que exigem higienização com água corrente.

A vulnerabilidade socioeconômica também se destacou, com narrativas de dificuldades financeiras para aquisição de produtos menstruais. Algumas delas, mencionaram a necessidade de escolher entre comprar absorventes ou até mesmo pagar alguma conta. Outra questão que emergiu, refere-se ao improviso para conter o sangue menstrual, sendo que ao menos uma vez na vida, seja por estarem fora de casa ou, principalmente, por falta de recursos, estas precisaram improvisar. As estratégias incluíam o uso de papel higiênico, panos, camisetas velhas, fraldas, algodão, e, em casos relatados por conhecidas das entrevistadas, até mesmo sacolas plásticas e miolo de pão. A impossibilidade de comprar produtos de qualidade superior também foi destacada, com relatos de necessidade de optar por marcas mais baratas e menos confortáveis. Produtos sustentáveis, como coletores, calcinhas absorventes e discos menstruais, apesar de desejados por algumas delas, são vistos como inacessíveis devido ao alto custo, reforçando como a limitação financeira restringe o acesso a diferentes formas de gestão menstrual, comprometendo o conforto, a dignidade e a liberdade de

escolha dessas mulheres. Por fim, quase todas as entrevistadas, desconheciam que a tributação aplicada aos produtos de gestão menstrual, são as mesmas aplicadas a produtos não essenciais, a exemplo dos cosméticos, expressaram assim, indignação. Essa classificação foi percebida como mais uma forma de desigualdade social, que ignora as necessidades básicas das mulheres.

O entrelaçamento dessas duas formas de vulnerabilidades incorre no que denominou-se de dupla vulnerabilidade. Essa conexão não é acidental, mas está enraizada em estruturas sociais, estatais e políticas historicamente atravessadas por lógicas do patriarcado. Tais estruturas operam por meio de uma misoginia institucionalizada, que naturaliza as privações vividas por mulheres e perpetua estigmas relacionados à sua condição corporal, como a menstruação. Esses fatores potencializam as vulnerabilidades socioeconômicas enfrentadas pelas mulheres.

A pesquisa contribui para a literatura acadêmica ao aprofundar a compreensão sobre o consumo de produtos de gestão menstrual a partir da perspectiva da vulnerabilidade e do estigma. O estudo também amplia o debate interseccional entre vulnerabilidade de gênero e vulnerabilidade socioeconômica, defendendo a ideia de que inúmeras mulheres enfrentam a dupla vulnerabilidade, oferecendo assim um panorama capaz de dar suporte para a compreensão de um fenômeno tão multifacetado.

Ademais, destaca-se a relevância social desta pesquisa ao dar visibilidade a uma temática historicamente invisibilizada e estigmatizada, em especial, no campo da Administração, no qual a menstruação, muitas vezes, sequer é vista como um contexto a ser pesquisado, desconsiderando como estigmas e vulnerabilidades impactam vivências, práticas de consumo, relações organizacionais e formulações de políticas públicas. Logo, trazer a menstruação para o debate acadêmico na Administração é, portanto, uma forma de ampliar o escopo do campo.

Além disso, como contribuição prática, a pesquisa fornece subsídios para formuladores de políticas públicas na implementação e aprimoramento de iniciativas como o Programa Dignidade Menstrual, garantindo maior acessibilidade e informação para as beneficiárias, uma vez que a pesquisa se propõe a ouvir as sugestões das entrevistadas sobre o que as leis poderiam garantir para que estas tenham um período menstrual mais digno e equitativo. Outrossim, recomenda-se que empresas adotem

práticas mais inclusivas no ambiente de trabalho, como a criação de espaços adequados para gestão menstrual e maior flexibilização para mulheres que sofrem com dores incapacitantes. Também sugere-se que o setor privado desenvolva campanhas de marketing mais representativas e realistas, rompendo com o discurso de ocultação e higienização da menstruação.

Nesse contexto, visando minimizar o estigma em relação a tudo que envolve a menstruação, bem como as vulnerabilidades de gênero e socioeconômicas que afetam as mulheres, é necessária a ampliação da educação menstrual influenciando as legislações e as políticas públicas para além da distribuição de absorventes higiênicos e licenças menstruais. Sugere-se um esforço articulado entre o Estado e a sociedade, de modo que a dignidade menstrual e a educação menstrual sejam incorporadas nas políticas públicas. Tal abordagem visa não apenas garantir melhores condições de saúde às pessoas que menstruam, mas também garantir, em condições de equidade, o acesso a recursos educacionais adequados.

Entretanto, algumas limitações do estudo devem ser consideradas, como a dificuldade inicial de abordar os filtros da pesquisa (ser mulher e menstruar; não acessar ao programa Dignidade Menstrual e ser baixa renda) com as contatadas e a recusa de algumas mulheres em participar do estudo, ao tomarem conhecimento da temática abordada, o que, por si só, evidencia o quanto o assunto ainda é envolto por tabus e silenciado.

Como sugestões para pesquisas futuras, vislumbra-se um leque de possibilidades de pesquisa neste contexto, destacam-se assim: investigar o impacto da menstruação no trabalho e a relação com a licença menstrual; pesquisar sobre a estigmatização da menstruação nas relações de trabalho; compreender a estigmatização da menstruação a partir de posts e comentários nas redes sociais; incluir a perspectiva da Consumer Culture Theory (CCT) em estudos do consumo de produtos de gestão menstrual; explorar o conceito do sagrado feminino; abordar a menstruação para todas as pessoas que menstruam, incluindo transgêneros, não-binários e intersexuais; versar sobre mulheres que escolhem não menstruar (métodos contraceptivos); discorrer sobre os impactos da menopausa; analisar como a política pública do Programa Dignidade Menstrual tem impactado a promoção da saúde entre suas beneficiárias; investigar os desafios associados à adoção de produtos sustentáveis de gestão menstrual; examinar

como a religião pode impactar as experiências menstruais. Finaliza-se, então, este estudo, reforçando a ideia de que DEVEMOS falar mais sobre MENSTRUAÇÃO!

REFERÊNCIAS

- ABDULLAH, S. Z. S. Menstrual food restrictions and taboos: A qualitative study on rural, resettlement and urban indigenous Temiar of Malaysia. **PLoS ONE**, v. 17, n. 12, p. e0279629, 2022.
- AMABIS, J. M.; MARTHO, G. R. **Biologia Moderna**. 1. ed. v. 3. São Paulo: Moderna, 2016.
- ARNDT, G. J.; MIGUEL, R. DE B. P.; MICHAELSEN, M. V.; BARBOSA, L. H. "Como uma garota": novas regras na publicidade de absorventes. **Revista Estudos Feministas**, v. 26, n. 2, 2018.
- ASSAD, B. F. Políticas públicas acerca da pobreza menstrual e sua contribuição para o combate à desigualdade de gênero. **Revista Antinomias**, v. 2, n. 1, p. 140-160, 2021.
- BAKER, S. M.; GENTRY, J. W.; RITTENBURG, T. L. "Building Understanding of the Domain of Consumer Vulnerability." **Journal of Macromarketing**, v. 25, n. 2, p. 128-139, 2005.
- BARBOSA, F. R. G. M.; NORONHA, M. de O.; PIFFER, M. Qualitative approaches in poverty studies: a structured literature review. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 7, 2020.
- BAUMGARTEN, N. Menstruapps: da datificação de sujeitos menstruantes à biopolítica de si. **Anais... VIII Reunião de Antropologia da Ciência e Tecnologia**, 2021.
- BHARTI, K.; SHARMA, V.; AGRAWAL, R.; SENGAR, A. Marketer's mindset: Key to develop bottom of the pyramid market. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 133, p. 169-179, 2014.
- BEAUVOIR, S. de. **O segundo sexo: 2. A experiência vivida**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967.
- BEAUVOIR, S. **O Segundo Sexo: 1. Fatos e Mitos**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 4a edição, 1970.
- BENSHAUL-TOLONEN, A.; AGUILAR-GOMEZ, S.; HELLER BATZER, N.; CAI, R.; NYANZA, E. C. Period teasing, stigma and knowledge: A survey of adolescent boys and girls in Northern Tanzania. **PLoS ONE**, v. 15, n. 10, p. e0239914, 2020.
- BIRIWASHA, M. In Africa, **Menstruation Can Be a Curse**. 2008. Disponível em: <http://rhrealitycheck.org/article/2008/03/25/in-africa-menstruation-can-be-a-curse/>. Acesso em 25 de abril de 2024.
- BISWAS, S.; NAUTIYAL, S. A review of socio-economic vulnerability: The emergence of its theoretical concepts, models and methodologies. **Natural Hazards Research**, v. 3, n. 3, p. 563-571, 2023.
- BOBEL, C. **"New Blood: Third-Wave Feminism and the Politics of Menstruation."** Rutgers University Press, 2010.
- BODEN, L.; WOLSKI, A.; RUBIN, A. S.; OLIVEIRA, L. P.; TYMINSKI, Q. P. Exploring the barriers and facilitators to menstrual hygiene management for women

experiencing homelessness. **Journal of Occupational Science**, v. 30, n. 2, p. 235–250, 2021.

BOLAT, E. Social Stigmatization And Penalization Of Women In Saadawi's The Fall Of The Imam. **Folklor Akademi Dergisi**, v. 6, n. 1, p. 378-387, 2023.

BOLLICK, L. C.; PEDROSO, J. P. Compro, logo existo! Uma revisão sistemática de estudos sobre baixa renda. EMA, 2021. **Anais...** versão online, 2021.

BRAUN, V.; CLARKE, V. Using thematic analysis in psychology. **Qualitative Research in Psychology**, v. 3, n. 2. p. 77-101, 2006.

BRIGGS, A. 'Period poverty' in Stoke-on-Trent, UK: new insights into gendered poverty and the lived experiences of austerity. **Journal of Poverty and Social Justice**, v. 29, n. 1, 85-102, 2021.

BRITO, M. A. P. R. **Pobreza menstrual e políticas públicas para mulheres e meninas**. 2021. Monografia (Graduação em Direito) – Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2021.

CARLINI, J.; ROBERTSON, J. Consumer partnerships in research (CPR) checklist: A method for conducting market research with vulnerable consumers. **International Journal of Market Research**, 2022.

CARMO, M. E.; GUIZARDI, F. L. O conceito de vulnerabilidade e seus sentidos para as políticas públicas de saúde e assistência social. **Cadernos de saúde pública**, v. 34, 2018.

CARVALHO, P. A. DE.; VIEGO, V. Evolução do emprego feminino no mercado de trabalho brasileiro: uma análise shift-share entre 2003 e 2018. **Economia E Sociedade**, v. 32, n. 1, p. 207–224, 2023.

CASOLA, A. R.; KUNES, B.; JEFFERSON, K.; RILEY, A. H. Menstrual health stigma in the United States: communication complexities and implications for theory and practice. **J. Midwifery Womens Health**, v. 66, n. 6, p. 725e728, 2021.

CASTRO, S.; MANG, C. Breaking the silence – Group discussions and the adoption of menstrual health technologies. **Journal of Development Economics**, v. 169, 2024.

CCNE - Centro de Ciências Naturais e Exatas. **Os impactos dos absorventes descartáveis para o meio ambiente**. 2023. Disponível em: <https://www.ufsm.br/unidades-universitarias/ccne/2023/02/03/os-impactos-dos-absorventes-descartaveis-para-o-meio-ambiente>. Acesso em 11 de janeiro de 2025.

CHANG, Y. T.; HAYTER, M.; LIN, M. L. Pubescent male students? attitudes towards menstruation in Taiwan: implications for reproductive health education and school nursing practice. **Journal of Clinical Nursing**, v. 21, n. 3, p. 513–521, 2012.

CHAUVEL, M. A.; MATTOS, M. P. A. Z. Consumidores de baixa renda: uma revisão dos achados de estudos feitos no Brasil. **CADERNOS EBAPE FGV**, v. 6, n. 2, 2008.

CINTRA, M. G. de S.; GAGLIANI, L. H. Fatores Relacionados à Pobreza Menstrual e as Infecções do Trato Reprodutivo Inferior (Rtis) em Decorrência Desse Cenário. **UNILUS Ensino e Pesquisa**, v. 20, n. 60, p. 124-139, 2023.

CLANDININ, D. J.; CONNELLY, F. M. **Narrative inquiry**: experience and story in qualitative research. San Francisco: Jossey-Bass, 2000.

CLDF - Câmara Legislativa do Distrito Federal. **Lei garante até 3 dias de 'licença menstrual' para servidoras do DF**. 2024. Disponível em: <https://www.cl.df.gov.br/-/lei-garante-ate-3-dias-de-licenca-menstrual-para-servidoras-do-df>. Acesso em: 10 de julho de 2024.

CLIPTO. **Transcrição de IA**. Disponível em: <https://www.clipto.com/pt>

CRESWELL, J. W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa**. Escolhendo entre cinco abordagens. São Paulo: Penso Editora LTDA, 2014.

CRICHTON, J.; OKAL, J.; KABIRU, C. W.; ZULU, E. M. Emotional and Psychosocial Aspects of Menstrual Poverty in Resource-Poor Settings: A Qualitative Study of the Experiences of Adolescent Girls in an Informal Settlement in Nairobi. **Health Care for Women International**, v. 34, n. 10, p. 891–916, 2013.

CURRY, C.; FERFOLJA, T.; HOLMES, K., PARRY, K.; SHERRY, M.; ARMOUR, M. Menstrual health education in Australian schools. **Curriculum Studies in Health and Physical Education**, v. 14, n. 2, p. 223–236, 2022.

DANESH, A. S.; NOJAVAN, F. Necessity of Menstruation from the Viewpoint of Traditional Persian Medicine. **TRADITIONAL AND INTEGRATIVE MEDICINE**, v. 3, n. 2, p. 49-50, 2018.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens** (2 ed.). Porto Alegre: Artmed, 2006.

DIAS, V. C. P. L.; ANJOS, G.; DIAS, M. R. Á. C. Coletor menstrual: uma análise à luz do metaprojeto. **Colóquio Internacional de Design**, v. 4, n. 3, 2017.

DODDS, S.; BULMER, S.; MURPHY, A. "Incorporating visual methods in longitudinal transformative service research", **Journal of Service Theory and Practice**, v. 28, n. 4, p. 434-457, 2018.

DONG, Y.; ZHANG, L.; LAM, C.; HUANG, Z. Counteracting sexual and reproductive health misperceptions: Investigating the roles of stigma, misinformation exposure, and information overload, **Patient Education and Counseling**, v. 120, 2024.

DUARTE, J. M. **Processo de adoção do copo menstrual e riscos percebidos**. 2021. 50f. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Marketing) - Universidade de Lisboa. Instituto Superior de Economia e Gestão, 2021.

DUBEY, P.; SIVAKAMI, M.; WATKINS, S. L.; BAKER, K. K.; STORY, W. T.; AFIFI, R. A. A qualitative inquiry into the lived experiences of menstrual health and hygiene in the transgender and non-binary people in urban areas of India. **International Journal of Transgender Health**, 1–17, 2024.

DUMANGANE, C. Cufflinks, photos and YouTube: the benefits of third object prompts when researching race and discrimination in elite higher education. **Qualitative Research**, v. 22, n. 1, p. 3-23, 2022.

- ESTEVEES, A. Alguns olhares sobre a menstruação. **Ágora. Estudos Clássicos em Debate**, v. 23, p. 247-266, 2021.
- ERNANDES, C. C. **A Quebra De Tabus Sobre Menstruação E Práticas Sustentáveis**. 2018. 33f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Ciências Biológicas) - Universidade Federal do Pampa, 2018.
- EYRING, J.B.; CRANDALL, A.; MAGNUSSON, B.M. A Modified Menstrual Attitudes Scale: Heteronormative Attitudes, Sexism, and Attitudes Toward Menstruation in Male and Female Adults. **Arch Sex Behav**, v. 52, p. 1535–1547, 2023.
- FÁVERI, M. de.; VENSON, A. M. Entre vergonhas e silêncios, o corpo segredo. Práticas e representações que mulheres produzem na experiência da menstruação. **Anos 90**, v. 14, n. 25, p. 65-97, 2007.
- FINEMAN, M. A. **The Autonomy Myth: A Theory of Dependency**. New York: New Press, 2005.
- FINEMAN, M. A. The Vulnerable Subject: Anchoring Equality in the Human Condition. **Yale Journal of Law & Feminism**, v. 20, n. 1, p. 1–23, 2008.
- FINEMAN, M. A. O sujeito vulnerável: ancorando a igualdade na condição humana / The Vulnerable Subject: anchoring equality in the human condition. **Revista Direito E Práxis**, v. 14, n. 2, p. 1371–1401, 2023.
- FURLANO, M. Disrupting menstrual stigma at work? A thematic analysis of menstrual leave policy announcements across five countries. **Culture, Health & Sexuality**, p. 1–16, 2024.
- GANGULY, L.; SATPATI, L.; NATH, S. Papyrus to Pad: An Evolution of Menstrual Products. **Asian Pacific Journal of Health Sciences**, v. 9, n. 4, p. 72–76, 2022.
- GBOGBO, S.; WURESAH, I.; GBOGBO, E.; AXAME, W.K.; KLUTSE, P.; DOWOU, R.K.; MANTEY, S.O.; AYITEY, S.A.Y.; BOATENG, I.; NELSON, P.E.; KUGBEY, N.; DOKU, V.C.K.; HENNEGAN, J.; BAIDEN, F.; BINKA, F.N. The Socio-Cultural Construction of Menstruation in the Ghanaian Context: A Qualitative Study of the Perspectives of Parents, Teachers, and Adolescent Girls. **Int. J. Environ. Res. Public Health**, v. 22, n. 349, 2025.
- GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.
- GLAYZER, E. J.; JENNINGS, C. T.; SCHLAEGER, J. M.; WATKINS, B.; RIESELER, A.; RAY, M.; LEE, A.; GLAYZER, J. E. Fighting for menstrual equity through period product pantries. **Womens Health (Lond)**, 2024.
- GOFFMAN, E. **Stigma: Notes on the management of spoiled identity**, 1963.
- GONÇALVES, J. M. **A menstruação além dos gêneros: Absorventes para pessoas que menstruam**. 2022. 49f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2022.
- GÖKTEPE, O. “The Impact of Social Values and Culture on Discrimination Against Women”. **South Asian Journal of Social Studies and Economics**, v. 21, n. 7, p. 99-109, 2024.

GOPHEN, M. Prohibition of Disposables Require Approach Renovation. **Journal of Civil Engineering Research & Technology**, 2022.

GRÜNNAGEL, C. " No Brasil, mesmo as mulheres são machistas": entrevista com Bernardo Ajzenberg. **Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, n. 45, p. 373-381, 2015.

GUIMARÃES, L. D. V.; OLTRAMARI, A. P.; MACA, D.; FERRAZ, J. D. M.; OLIVEIRA, J. S. D.; SARAYED-DIN, L. F. L. Mulheres Exaustas: Sobre Incômodos e o Fazer Ciência na Contemporaneidade. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 27, n. 5, 2023.

GUIRALDELO, J. **Calcinhas absorventes: potenciais benefícios à proteção da dignidade menstrual e do meio ambiente**, 2023. Trabalho de conclusão de curso (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda) - Faculdade de Tecnologia de Americana, "Ministro Ralph Biasi", Americana, 2023.

HAN, H. Theory of green purchase behavior (TGPB): A new theory for sustainable consumption of green hotel and green restaurant products. **Business Strategy and the Environment**, v. 29, n. 6, p. 2815-2828, 2020.

HARYANTI, E.; LEGIRAN. "Physiological endocrinology and causes of disorders of the menstrual cycle", **Science Midwifery**, v. 11, n. 1, p. 1-12, 2023.

HAWKEY, A. J.; USSHER, J. M.; PERZ, J.; METUSELA, C. Experiences and Constructions of Menarche and Menstruation Among Migrant and Refugee Women. **Qualitative Health Research**. v. 27, n. 10, p. 1473-1490, 2017.

HEISLEY, D. D.; LEVY, S. J. Autodriving: A photoelicitation technique. **Journal of Consumer Research**, v. 18, n. 3, p. 257-272, 1991.

HENNEGAN, J.; WINKLER, I. T.; BOBEL C.; KEISER, D.; HAMPTON, J.; LARSSON, G.; CHANDRA-MOULI, V.; PLESONS, M.; MAHON, T. Menstrual health: a definition for policy, practice, and research. **Sex Reprod Health Matters**, v. 29, n. 1, 2021.

HILL, R. P. Researching sensitive topics in Marketing: The special case of vulnerable populations. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 14, n. 1, p. 143-48, 1995.

HILL, R. P. **Surviving in a material world: The lived experience of people in poverty**. Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press, 2001.

HUNTER. E. C.; OLUMIDE. A. O.; SOMMER, M. Menstrual Health. **Oxford Research Encyclopedia of Global Public Health**, 2024.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas de Gênero Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. 2022. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102066_informativo.pdf. Acesso em: 15 de janeiro de 2025.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Em 2022, rendimento-hora dos trabalhadores brancos (R\$ 20,0) era 61,4% maior que o dos pretos ou pardos (R\$12,4)**. 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias>

/38543-em-2022-rendimento-hora-dos-trabalhadores-brancos-r-20-0-era-61-4-maior-qu
e-o-dos-pretos-ou-pardos-r-12-4. Acesso em: 16 de janeiro de 2025.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **CENSO 2022**. Disponível em:
<https://censo2022.ibge.gov.br/apps/pgi/#/home>. Acesso em: 17 de janeiro de 2025.

JIA, Y. Unveiling the Veil: Exploring the Origin, Effects, and Coping Strategies of
Menstrual Stigma. **Communications in Humanities Research**, v. 14, p. 274-279, 2023.

JOHNSTON-ROBLEDO, I.; CHRISLER, J.C. **The Menstrual Mark: Menstruation
as Social Stigma**. In: Bobel, C.; Winkler, I.T.; Fahs, B.; Hasson, K.A.; Kissling, E.A.;
Roberts, T. A. (eds) *The Palgrave Handbook of Critical Menstruation Studies*. Palgrave
Macmillan, Singapore, 2020.

JUNIOR, F. G. Reflexões sobre a dignidade menstrual no Brasil para a promoção da
igualdade educacional. **Cuaderno Venezolano de Sociología**, v. 33, n. 1, 2024.

KAMAT, S.; THARAKAN, K. The Sacred and the Profane: Menstrual Flow and
Religious Values. **Journal of Human Values**, v. 27, n. 3, p. 261-268, 2021.

KOHN, N. A. Vulnerability theory and the role of government. **Yale JL & Feminism**,
v. 26, p. 1, 2014.

LARANJA, E. K. C. **Menstruação, o sangue impuro: o papel da publicidade no
reforço da identidade feminina construída para o consumo**. 2022. 143f. Dissertação
(Mestrado em Mídia e Cotidiano) - Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano,
Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói,
2022.

LASKE, H.; KONJER, M.; MEIER, H. E. Menstruation and training – A quantitative
study of (non-)communication about the menstrual cycle in German sports clubs.
International Journal of Sports Science & Coaching, v. 19, n. 1, p. 129-140, 2024.

LEWIS, C., MEHMET, M., QUINTON, S., & REYNOLDS, N. Methodologies for
researching marginalised and/or potentially vulnerable groups. **International Journal
of Market Research**, v. 65, n. 3, p. 147-154, 2023.

MACHADO, R. O sagrado feminino: poder que vem de dentro-despertar, cura e
empoderamento de mulheres. **Cadernos de Agroecologia**, v. 15, n. 3, 2020.

MALEFYT, T. W.; MCCABE, M. Women's bodies, menstruation and marketing
“protection:” interpreting a paradox of gendered discourses in consumer practices and
advertising campaigns. **Consumption Markets & Culture**, v. 19, n. 6, p. 555–575,
2016.

MANDZIUK, R. M. Ending women's greatest hygienic mistake: Modernity and the
mortification of menstruation in Kotex advertising, 1921–1926. **Women's Studies
Quarterly**, v. 38, n. 3/4, p. 42–61, 2010.

MARQUES, D. V. **Sagrado feminista?! conflitos e continuidades entre o Sagrado
Feminino e os Feminismos**. 2023. 80f. Dissertação (Mestrado em Saúde Coletiva) –
Instituto de Medicina Social Hesio Cordeiro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro,
Rio de Janeiro, 2023.

MASON, L.; SIVAKAMI, M.; THAKUR, H.; KAKADE, N.; BEAUMAN, A.; ALEXANDER, K. T. We do not know?: a qualitative study exploring boys perceptions of menstruation in India. **Reproductive health**, v. 14, n. 1, 2017.

MCCLELLAND, S. I.; RUBIN, J. D.; BAUERMEISTER, J. A. Adapting to Injustice: Young Bisexual Women's Interpretations of Microaggressions. **Psychology of Women Quarterly**, v. 40, n. 4, p. 532-550, 2016.

MCHUGH, M. C. **Menstrual Shame**: Exploring the Role of 'Menstrual Moaning'. 2020. In: Bobel, C.; Winkler, I.T.; Fahs, B.; Hasson, K.A.; Kissling, E.A.; Roberts, T. A. (eds) *The Palgrave Handbook of Critical Menstruation Studies*. Palgrave Macmillan, Singapore, 2020.

MCNULTY, K. L.; ELLIOTT-SALE, K. J.; DOLAN, E.; SWINTON, P. A.; ANSDELL P.; GOODALL, S.; THOMAS, K.; HICKS, K. M. The Effects of Menstrual Cycle Phase on Exercise Performance in Eumenorrhic Women: A Systematic Review and Meta-Analysis. **Sports Med**, v. 50, n. 10, p. 1813-1827, 2020.

MDS - Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Perfil das Pessoas e Famílias no Cadastro Único do Governo Federal**. 2013. Disponível em: https://aplicacoes.mds.gov.br/sagirmps/ferramentas/docs/Perfil_CadastroUnico_V9.pdf. Acesso em: 26 de abril de 2024.

MDS - Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Mulheres são protagonistas do Bolsa Família, com 83,4% dos benefícios em seus nomes**. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/mds/pt-br/noticias-e-contudos/desenvolvimento-social/noticias-desenvolvimento-social/mulheres-sao-protagonistas-do-bolsa-familia-com-83-4-dos-beneficios-em-seus-nomes>. Acesso em: 06 de janeiro de 2025.

MDS - Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome. **Cadastro Único**, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/mds/pt-br/acoes-e-programas/cadastro-unico>. Acesso em 26 de novembro de 2024.

MDS - Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **Evolução do Número e Perfil das Famílias Inscritas no Cadastro Único no Brasil**. 2024. Disponível em: https://www.gov.br/fundaj/pt-br/composicao/dipes-1/publicacoes/nota-tecnica-14-evolucao-do-numero-e-do-perfil-das-familias-inscritas-no-cadastro-unico-no-brasil_final.pdf. Acesso em: 7 de janeiro de 2025.

MEDEIROS, M. Pesquisas de abordagem qualitativa. **Rev. Eletr. Enferm**, v. 14, n. 2, 2012.

MIGUEL, R. de B. P.; ROSA, J. V.; SUSIN, L.; RADIN, M.; KONELL, V. L. 'Azul da cor do mar': a higienização dos corpos através das publicidades de absorventes. **REVISTA FEMINISMOS**, v. 4, p. 26-40, 2016.

MILLER, T. A.; FARLEY, M.; REJI, S.; OBEIDI, Y.; KELLEY, V.; HERBERT, M. Understanding period poverty and stigma: Highlighting the need for improved public health initiatives and provider awareness. **Journal of the American Pharmacists Association**, v. 64, n. 1, p. 218-221, 2024.

MINTOGBÉ, M. M. M.; AMADOU SANNI, M.; AHOUSSINOU, C. et al. First Early Pregnancy and Associated Factors Among Adolescent Girls in Benin. **Sexuality & Culture**, v. 25, p. 117–139, 2021.

MIYAKE, A. Tampon Tax: uma Análise do Tratamento Tributário dos Produtos Menstruais no Brasil. **Revista Direito Tributário Atual**, n. 53, p. 25-60, 2023.

MOREIRA, L. P. A. **Pobreza menstrual no Brasil: diagnóstico e alternativas**. 2021. 31f. Dissertação de Mestrado (Gestão de Políticas Públicas) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da Fundação Getúlio Vargas, 2021.

MOTTA, M. C. C.; BRITO, M. A. P. da. R. Pobreza Menstrual e a Tributação Dos Absorventes. **Revista Interdisciplinar De Sociologia e Direito**, v. 24, n. 1, p. 33-54, 2022.

MS - Ministério da Saúde. **Campanha Programa de Dignidade Menstrual: Quem tem acesso ao benefício?**. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/campanhas-da-saude/2024/dignidade-menstrual/quem-tem-acesso>. Acesso em: 20 de abril de 2024.

MUQADDAS, M.; YOUSHAHAY, M. Stigma as a Barrier to Seeking Treatment for Dysmenorrhea - A Review. **Journal of Women Medical and Dental College**, v. 2, n. 3, 2024.

MUYLAERT, C. J.; SARUBBI J. R. V.; GALLO, P. R.; NETO, M. L. R.; REIS, A. O. A. Entrevistas narrativas: um importante recurso em pesquisa qualitativa. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, v. 48, p. 184-189, 2014.

NEME-CHAVES, S. R.; SIERRA-PUENTES, M. C. Productos de higiene básicos considerados lujo: un estudio en población base de la pirámide económica en Colombia. **Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa**, p. 1–19, 2024.

NERIS, B. B. dos S. Políticas fiscais e desigualdade de gênero: análise da tributação incidente nos absorventes femininos. **Revista de Filosofia do Direito, do Estado e da Sociedade (FIDES)**, v. 11, n. 2, 2020.

NDICHU E. G., RITTENBURG T. L. Consumers' navigation of risk perceptions in the adoption of stigmatized products. **Journal of Business Research**, v. 132, p. 340–353, 2021.

NDICHU, E. G.; UPADHYAYA, S. Exploring consumer vulnerability in the consumption of menstrual products: Insights from a developing country. **Health Marketing Quarterly**, v. 40, n. 4, p. 396–414, 2023.

NORTH, B. B.; OLDHAM, M. J. Preclinical, clinical, and over-the-counter postmarketing experience with a new vaginal cup: menstrual collection. **Journal of Women's Health**, v. 20, n. 2, p. 303-311, 2011.

NEWTON, V. Status passage, stigma and menstrual management: 'Starting' and 'being on'. **Soc Theory Health**, v. 10, p. 392–407, 2012.

OJEZELE, M. O.; EDUVIERE, A. T.; ADEDAPO, E. A.; WOOL, T. K. Mood Swing during Menstruation: Confounding Factors and Drug Use. **Ethiop J Health Sci**, v. 32, n. 4, 2022.

OLIVEIRA, L. G.; SILVA, A. H. MENSTRUACÃO: O que estão falando nas ciências sociais aplicadas? Uma revisão integrativa. In: XXVII SEMEAD - Seminários em Administração, 2024, São Paulo. **Anais... XXVII SEMEAD - Seminários em Administração**, 2024.

ONU - Organização das Nações Unidas, ou simplesmente Nações Unidas. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 20 de abril de 2024.

ORUKO, K.; NYOTHACH, E.; ZIELINSKI-GUTIERREZ, E.; MASON, L.; ALEXANDER, K.; VULULE, J.; et al. 'He is the one who is providing you with everything so whatever he says is what you do': A Qualitative Study on Factors Affecting Secondary Schoolgirls' Dropout in Rural Western Kenya. **PLoS ONE**, v. 10, n. 12, 2015.

OLSON, M. M.; ALHELOU, N.; KAVATTUR, P. S.; ROUNTREE, L.; WINKLER, I. T. The persistent power of stigma: A critical review of policy initiatives to break the menstrual silence and advance menstrual literacy. **PLOS Glob Public Health**, v. 2, n. 7, 2022.

OWEN, L. Stigma, sustainability, and capitals: A case study on the menstrual cup. **Gender, work & organization**, v. 29, n. 4, p. 1095-1112, 2022.

Oxford Languages. Disponível em: <https://languages.oup.com/google-dictionary-pt/>. Acesso em: 07 de maio de 2024.

PALMEIRA, C. S.; SANTOS, L. S.; SILVA, S. M. B. D.; MUSSI, F. C. Estigma percebido por mulheres com excesso de peso. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 73, n. 4, 2020.

PATGIRI, R. The Role of Food in Constructing Womanhood: A Study of Menstruation in Guwahati. **Society**, v. 59, p. 149–156, 2022.

PEDRO, A. O.; NETO, A. M. P.; PAIVA, L. H. S. da C.; OSIS, M. J.; HARDY, E. Idade de ocorrência da menopausa natural em mulheres brasileiras: resultados de um inquérito populacional domiciliar. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 19, n. 1, p. 07-25, 2003.

PELÚCIO, L. M. O Sangue na rede:: mercado menstrual, menstruapps e tecnopolíticas de resistências. **Política & Sociedade**, v. 21, n. 51, p. 95-118, 2022.

PEÑALOZA, L. Immigrant consumers: Marketing and public policy considerations in the global economy. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 14, p. 83-94, 1995.

PEREZ, C. C. **Mulheres invisíveis**: o viés dos dados em um mundo projetado para homens. 1. ed. - Rio de Janeiro: Intrínseca, 2022.

POWLEY, C. Menstrual Management in U.S. Public Schools: A Qualitative Case Study. **Women's Reproductive Health**, v. 11, n. 3, p. 570–582, 2023.

- PRAHALAD, Coimbatore K.; HAMMOND, Allen. Serving the world's poor, profitably. **Harvard Business Review**, v. 80, n. 9, p. 48-59, 2002.
- PRAHALAD, Coimbatore Krishnarao; HART, Stuart L. The Fortune at the Bottom of the Pyramid. **Strategy+ Business Magazine**, v. 26, p. 2-14, 2002.
- PRINCE, H. E.; ANNISON, E. The impact of menstruation on participation in adventurous activities. **Sport, Education and Society**, v. 28, n. 7, p. 811–823, 2022.
- RAMOS, D. S.; PEREIRA, M. L. A.; SANTOS, L. P. DE F.; ALVES, C. P. L.; MOREIRA, G. F.; CAMPOS, F. A. DE O.; BRETZ, R. J. M. R.; MIRANDA, J. T. R.; ALMEIDA, M. M. DE.; CHEREM, A. C. T. Percepção do fluxo menstrual por mulheres e a sua relação com a escolha de produtos de higiene menstrual. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, v. 23, n. 1, 2023.
- RATTI, C. R.; AZZELLINI, E. C.; BARRENSE, H.; GROHMANN, R. "O tabu da menstruação reforçado pelas propagandas de absorvente." **Intercom**—Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro/RJ, 2015.
- RAY, S.; GOSWAMI, P.; ROY, P. S. 'Wings to Fly'- But to Where? Menstrual Hygiene, **Marketization and Vulnerability Among Subaltern Women in India**, 2016.
- ROA, M. J.; DI GIANNATALE, S.; VILLEGAS, A.; BARBOZA, J. Are women more financially vulnerable than men? A tale of missed economic opportunities from Latin America. **Development Policy Review**, v. 41, 2023.
- ROCHA, A.; SILVA, J. F. Inclusão social e marketing na base da pirâmide: uma agenda de pesquisa. **RAE eletrônica**, v. 7, 2008.
- ROSSOUW, L.; ROSS, H. Understanding Period Poverty: Socio-Economic Inequalities in Menstrual Hygiene Management in Eight Low- and Middle-Income Countries. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 18, n. 5, 2021.
- ROSÁRIO, M. A. S. D.; SILVA, J. S. G. "Diacronia e Gênero: Uma Análise Sobre o Absorvente Menstrual", p. 5168-5182 . In: **Anais do 14º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Paulo: Blucher, 2022.
- SALAMONSEN, L. A.; KOVACS, G. Y.; FINDLAY, J. K. Current concepts of the mechanisms of menstruation. **Best Practice & Research in Clinical Obstetrics & Gynaecology**, v. 13, n. 2, p. 161-179, 1999.
- SHANTZ, A. S.; FISCHER, E.; LIU, A.; LÉVESQUE, M. Spoils from the spoiled: Strategies for entering stigmatized markets. **Journal of Management Studies**, v. 56, n. 7, p. 1260-1286, 2019.
- SIERRA-PUENTES, M. C., Y ARIAS-AGUIRRE, J. P. Consumo de carne, lácteos y frutas: un lujo para las familias desplazadas por el conflicto armado colombiano. **Revista Iberoamericana de psicología**, v. 13, n. 3, p. 228–238, 2021.
- SILVA, A. H. ; OLIVEIRA, L. G. MENSTRUAÇÃO: Vamos falar sobre isso na Administração? Uma reflexão das possibilidades de pesquisa em Marketing a partir de

documentários. In: X Encontro de Marketing da ANPAD - EMA, 2024, São Paulo. **Anais... X Encontro de Marketing da ANPAD - EMA, 2024.**

SILVA, D. A. **Abordagem da menstruação nas dissertações de educação sexual: algumas reflexões.** 2022. 31f. Dissertação (Mestrado em Educação Sexual da Faculdade de Ciências e Letras) - Unesp, Araraquara, 2022.

SILVA, M. E. P.; SILVA, M. H. N.; MARCON, S. S.; JUNIOR, A. G. S.; CANATO, G. M.; FURLAN, M. C. R. Challenges of menstrual management: an integrative review / Desafios da gestão menstrual: uma revisão integrativa. **Revista de Pesquisa Cuidado é Fundamental Online**, v. 16, p. e-13174, 2024.

SCHMITT, M. L.; HAGSTROM, C.; GRUER, C.; NOWARA, A.; KEELEY, K.; ADENU-MENSAH, N. E.; SOMMER, M. "Girls May Bleed Through Pads Because of Demerits": Adolescent Girls' Experiences With Menstruation and School Bathrooms in the U.S.A. **Journal of Adolescent Research**, v. 39, n. 2, p. 511-536, 2024.

SCHMITT, M.L.; DIMOND, K.; MAROKO, A. R.; PENELOPE A. PHILLIPS-HOWARD, P. A.; GRUER, C.; BERRY, A.; NASH, D.; KOCHHAR, S.; SOMMER, M. "I stretch them out as long as possible:" U.S. women's experiences of menstrual product insecurity during the COVID-19 pandemic. **BMC Women's Health**, v. 23, n. 179, 2023.

SMITH, N. C.; COOPER-MARTIN, E. Ethics and target marketing: The role of product harm and consumer vulnerability. **Journal of Marketing**, v. 61, n. 3, p. 1-20, 1997.

SOMROO, S.; SARWAR, S.; BALOUCH, M.; GHAFOR, M.; BIBI, N. Unmet Menstrual Hygiene Needs among the Impoverished Women, their Perceptions and Health Hazards. **Pakistan Journal of Medical & Health Sciences**, v. 17, n. 02, 2023.

SOUZA, L. K. de. Pesquisa com análise qualitativa de dados: conhecendo a Análise Temática. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**: Rio de Janeiro, v. 71, n. 2, p. 51-67, 2019.

SOUZA, I. F.; ALBERTTI, A. As Políticas Públicas De Combate À Pobreza Menstrual Como Emancipação Das Juventudes Que Menstruam. **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, v. 11, n. 2, p. 208-236, 2023.

SRESNEWSKY, K. B. G. B.; VELOSO, A. R.; IKEDA, A. A.; ROCHA, R. R. O Uso da Foto-Elicitação nas Pesquisas em Marketing. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 17, n. 6, p. 839-848, 2018.

STEWART, K.; POWELL, M.; GREER, R. An alternative to conventional sanitary protection: Would women use a menstrual cup? **J Obstet Gynaecol** v. 29, n. 1, p. 49-52, 2009.

THOMAS, E. M. Menstruation Discrimination: The Menstrual Taboo as a Rhetorical Function of Discourse in the National and International Advances of Women's Rights. **Contemporary Argumentation and Debate**, v. 28, p. 65-90, 2007.

TOTTI, L. A. S. O valor mágico do sangue no capítulo 35 do livro I do 'Opus Agriculturae', de Paládio. **Revista Mundo Antigo**, p. 73-92, 2013.

TST - Tribunal Superior do Trabalho. **Desigualdade salarial entre homens e mulheres evidencia discriminação de gênero no mercado de trabalho.** 2022. Disponível em: <https://tst.jus.br/en/-/desigualdade-salarial-entre-homens-e-mulheres-evidencia-discriminacao-de-genero-no-mercado-de-trabalho>. Acesso em: 16 de janeiro de 2025.

UNFPA – Fundo de População das Nações Unidas.; UNICEF – Fundo das Nações Unidas para a Infância. **Pobreza Menstrual no Brasil:** desigualdade e violações de direitos, 2021. Disponível em: https://brazil.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/pobreza_menstrual_no_brasil.pdf. Acesso em: 20 de abril de 2024.

UNFPA – Fundo de População das Nações Unidas. **Estado da Arte para Promoção da Dignidade Menstrual:** Avanços, Desafios e Potencialidades, 2022. Disponível em: https://brazil.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/mapeamento_dignidade_menstrual_final.pdf. Acesso em: 20 de abril de 2024.

UNICEF – Fundo das Nações Unidas para a Infância. **No Brasil, milhões de meninas carecem de infraestrutura e itens básicos para cuidados menstruais.** 2021. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/comunicados-de-imprensa/no-brasil-milhoes-demeninas-carecem-de-infraestrutura-e-itens-basicos-para-cuidados-menstruais>. Acesso em: 24 de abril de 2024.

UNICEF – Fundo das Nações Unidas para a Infância. **28 de Maio** – Celebra-se o Dia Mundial de Gestão e Higiene Menstrual. 2022. Disponível em: <https://www.unicef.org/mozambique/comunicados-de-imprensa/28-de-maio-celebra-se-o-dia-mundial-de-gestao-e-higiene-menstrual>. Acesso em: 20 de abril de 2024.

UNICEF - Fundo das Nações Unidas para a Infância. **Mais de 60% de adolescentes e jovens que menstruam já deixaram de ir à escola ou a outro lugar que gostam por causa da menstruação, alertam UNICEF e UNFPA.** 2021. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/comunicados-de-imprensa/mais-de-60-por-cento-de-adolescentes-e-jovens-que-menstruam-ja-deixaram-de-ir-a-escola-ou-a-outro-lugar-por-causa-da-menstruacao>. Acesso em 27 de janeiro de 2025.

USSHER, J.M.; PERZ, J.; METUSELA, C. et al. Negotiating Discourses of Shame, Secrecy, and Silence: Migrant and Refugee Women’s Experiences of Sexual Embodiment. **Arch Sex Behav**, v. 46, p. 1901–1921, 2017.

VIANA, E. M. **O uso de opções sustentáveis durante o ciclo menstrual:** possíveis impactos para a redução dos resíduos sólidos. 2023. 57f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Tecnologia em Gestão Ambiental) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, Pernambuco, 2023.

VITOR, A. C.; LEITE, R. S. Construção Identitária E Vulnerabilidade No Consumo De Mães Adolescentes Em Fase De Dupla Liminaridade. EMA, 2024. São Paulo/SP. **Anais...** São Paulo/SP, 2024.

WASH United. **Menstrual Hygiene Day.** 2024 Disponível em: <https://www.menstrualhygieneday.org/about>. Acesso em: 14 de novembro de 2024.

WIDYANI, I. D. A. Menstrual Leave Policy; Between Gender Sensitivity and Discrimination Against Female Workers. **Technium Business and Management**, v. 2, n. 2, p. 50–60, 2022.

WILLIG, C. L.; SCHMIDT, S. P. “Tá de chico?”: Estigmas da menstruação na mídia e no território escolar. **Revista Diversidade e Educação**, v.12, n. 1, p. 26-50, 2024.

WINKLER, I.; ROAF, V. Bringing the Dirty Bloody Linen Out of the Closet – Menstrual Hygiene as a Priority for Achieving Gender Equality. **Journal of Law and Gender**, 2015.

WONS, L. “**Introduzindo O Primeiro Produto Menstrual Que Não Absorve Nada**”: Coletores Menstruais E Transformações Nas Ordens Prático-Simbólicas Da Menstruação. 2019. 165f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas Programa de Pós-Graduação em Estudos Interdisciplinares Sobre Mulheres, Gênero e Feminismo, Salvador, 2019.

YANG, L. H.; KLEINMAN, A.; LINK, B. G.; PHELAN, J. C.; LEE, S.; GOOD, B. Culture and stigma: Adding moral experience to stigma theory. **Social science & medicine**, v. 64, n. 7, p. 1524-1535, 2007.

ZANOLA, F. D. A.; FERREIRA, A. C.; VIEIRA, L. R.; MONTAGNANA, P. H. Por dentro do copinho: um estudo sobre o consumo do coletor menstrual. EnANPAD, 2018 Curitiba/PR. **Anais...** Curitiba/PR, 2018.

FILMOGRAFIA

Absorvendo o Tabu. Direção de Rayka Zehtabchi. EUA: Netflix, 2018, (26min).

La Luna en Ti. Direção de Diana Fabiánová. Espanha, 2009, (75min).

Menstruação Atrasada - As falhas do sistema no combate à Pobreza Menstrual. Direção de Ana Beatriz Gontijo. Brasil, 2021, (25min).

O Meu Sangue. Direção de Tota Alves e Victor Ferreira. Portugal: Videolotion, 2020, (12min/3 episódios).

Pobreza Menstrual. Direção de Bianca Silveira e Mayara Floss. Brasil: Rede Rural Seeds, 2021, (5min).

APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA/FOTOELICITAÇÃO

1 Apresentação

Bem-vinda. Desde já quero agradecer a sua presença. E informar que esta entrevista visa apenas obter dados para o trabalho final de mestrado que estou desenvolvendo, cujo objetivo é compreender como as mulheres lidam com o consumo de produtos de gestão menstrual. Peço a sua autorização para gravar esta entrevista em áudio para futura transcrição da informação recolhida. Informo que não existem respostas certas ou erradas, apenas pretendo saber o que pensa e como reage diante dos temas que vamos explorar nesta entrevista. Tem alguma dúvida ou pretende colocar alguma questão antes de iniciarmos a entrevista?

2 Filtros

1. Você menstrua?
2. Utiliza o programa dignidade menstrual? Já acessou a distribuição gratuita de absorventes nas farmácias ou assistência social?
3. Sua renda familiar é menor de três salários mínimos? **(R\$ 4.236)**

3 Perfil das entrevistadas

1. Nome, idade, naturalidade e escolaridade.
2. Qual seu estado civil?
3. Qual sua profissão?
4. Você é cadastrada no Cadúnico?
5. Você conhece o programa Dignidade Menstrual do Governo Federal?
6. Quantas pessoas moram com você?
7. Quantas pessoas menstruam na sua casa?
8. Você depende financeiramente de alguém ou alguém depende financeiramente de você?

3.1 Menstruação para as entrevistadas

9. Com quantos anos você menstruou pela primeira vez? Você lembra da sua primeira menstruação? Como foi essa experiência? Já sabia o que era menstruação quando aconteceu?
10. Como/quando/com quem você aprendeu o que é menstruação?
11. Qual produto de gestão menstrual você utiliza? (absorvente interno, externo, coletor menstrual, calcinha absorvente...)
12. Por que escolhe tal produto?
13. Você mudou o produto ao longo dos anos? Quais motivos?
14. O que você considera mais importante na hora de escolher seus produtos de gestão menstrual?
15. Já pediu pra alguém comprar seus produtos de gestão menstrual? Rede de apoio.

4 Estigmatização menstrual

1. Você já sentiu algum tipo de preconceito ou passou por alguma situação constrangedora por estar menstruada?
2. Você já sentiu vergonha na hora de comprar produtos de gestão menstrual? Vergonha no geral, por estar menstruada? Ou já presenciou alguém passando vergonha por estar menstruada?
3. E, em algum desses momentos que você comentou, você se sente vulnerável?
4. Você acredita que existe tabu, ou seja, que a sociedade não fala com naturalidade sobre menstruação?
5. Como percebe o tabu na sociedade?
6. Você acredita que o tabu em torno da menstruação influencia nas suas decisões de compra de produtos de gestão menstrual? E no seu dia a dia?
7. O que você acredita que mudaria se a menstruação não fosse um tema tabu?
8. Você acredita que a cultura do país em que está inserida influencia no tabu em relação a menstruação? Por que?
9. Vou lhe mostrar uma imagem e gostaria que você expressasse sua opinião.



10. Você costuma falar sobre menstruação com alguém? Com quem? Por que?
11. Já comentou com seus filhos sobre menstruação? Você acha que seria importante falar em casa com eles sobre isso?
12. Costuma falar desse assunto com algum homem? Tem algum motivo?
13. Você sente que tem apoio de amigos ou familiares em relação à menstruação?
14. Você já se sentiu excluída por conta da menstruação? Ou, já foi excluída em alguma atividade escolar ou de trabalho por estar menstruada?
15. Vou lhe mostrar outras imagens para você expressar sua opinião.



16. Você já ouviu falar de alguma crença em relação a menstruação? Assim como a

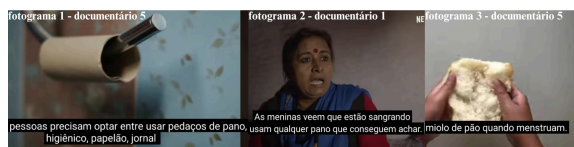
descrita na imagem.

5 Vulnerabilidade de gênero

1. Seu desempenho (profissional, nos estudos, etc) muda durante o ciclo menstrual? De que forma?
2. Você enfrenta dificuldade de acesso a banheiros adequados para gestão menstrual nos locais que você frequenta (trabalho, escola, faculdade, festas, viagens, eventos, etc)?
3. Você acredita que deveriam existir leis que garantisse um apoio às mulheres durante o período menstrual?
4. Na sua opinião, o que essas leis poderiam garantir às mulheres?
5. Estar menstruada, já lhe impediu (ou dificultou) de...? Dê exemplos!

6 Vulnerabilidade socioeconômica

1. Você encontra dificuldade (financeira, de acesso) para adquirir produtos de gestão menstrual? Se sim, como lida?
2. Já precisou usar outras formas para conter o sangue menstrual? Se sim, qual? Já precisou improvisar?
3. Já deixou de comprar produtos de gestão menstrual por questões financeiras?
4. E, em algum desses momentos você se sente vulnerável? Você acredita que a menstruação lhe deixa mais vulnerável?
5. Você já chegou a calcular quanto gasta durante o mês com produtos de gestão menstrual?
6. A sua renda influencia nas suas decisões de compra de produtos de gestão menstrual? De que forma?
7. Pensando nas compras do mês, os produtos de gestão menstrual são uma prioridade na sua lista?
8. Você considera os produtos de gestão menstrual caros?
9. Você sabia que os produtos de gestão menstrual são taxados (tributados) como supérfluos? Assim como os cosméticos, por exemplo. Qual sua opinião sobre isso?
10. Vou lhe mostrar algumas imagens que foram retiradas de documentários que tratam sobre menstruação, e gostaria que você expressasse sua opinião.



7 Questão aberta

1. Gostaria de deixar em aberto agora, você teria mais algum comentário sobre menstruação, sobre os produtos de gestão menstrual... mais alguma coisa que gostaria de compartilhar?

APÊNDICE B - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Prezada participante,

Você está sendo convidada a participar da pesquisa intitulada “Dos 365 dias do ano, em pelo menos 60, eu sangro! Um estudo sobre estigmatização e vulnerabilidades no consumo de produtos de gestão menstrual de mulheres de baixa renda”, desenvolvida por Larissa Gusmão Oliveira, discente do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), sob orientação da Professora Dra Andressa Hennig Silva. O objetivo central do estudo é compreender como mulheres de baixa renda lidam com a estigmatização e a dupla vulnerabilidade no consumo de produtos de gestão menstrual.

Sua participação é voluntária, isto é, ela não é obrigatória, e você tem plena autonomia para decidir se quer ou não participar, bem como retirar sua participação a qualquer momento. Esta pesquisa não envolve riscos significativos. No entanto, você não será penalizado de nenhuma maneira caso decida não consentir sua participação, ou desistir da mesma.

A sua participação consistirá em responder perguntas de um roteiro de entrevista à pesquisadora com duração estimada de 40 minutos. A entrevista somente será gravada se houver autorização da entrevistada. As entrevistas serão transcritas e armazenadas, em arquivos digitais, mas somente terão acesso às mesmas a pesquisadora e sua orientadora. Qualquer dado que possa identificá-la será omitido nas publicações e relatórios da pesquisa.

Entre os benefícios diretos, sua participação permitirá uma reflexão sobre sua própria experiência menstrual no contexto de estigmas e vulnerabilidades. Como benefício indireto, os resultados da pesquisa poderão trazer visibilidade a um tema silenciado na Administração e fornecer subsídios para a formulação de políticas públicas que reconheçam a menstruação como um marcador social relevante.

Você poderá, a qualquer momento, solicitar informações sobre sua participação ou sobre o andamento da pesquisa, entrando em contato pelos canais informados (telefone ou e-mail). Após a leitura deste documento e o esclarecimento de eventuais

dúvidas, caso você aceite participar da pesquisa, será solicitado que você assine este Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Uma via será entregue a você, e outra ficará sob responsabilidade da pesquisadora.

Pesquisadora responsável: Larissa Gusmão Oliveira

Telefone: (55)984488351

E-mail: llarissagusmao@gmail.com

Santana do Livramento, 05 de setembro de 2024.

Nome e Assinatura do Pesquisador – (pesquisador de campo)

Informo que entendi os objetivos e condições de minha participação na pesquisa intitulada “Dos 365 dias do ano, em pelo menos 60, eu sangro! Um estudo sobre estigmatização e vulnerabilidades no consumo de produtos de gestão menstrual de mulheres de baixa renda” e concordo em participar.

Autorizo a gravação da entrevista

Não autorizo a gravação da entrevista

(Assinatura do participante da pesquisa)

Nome do participante: