

“Jo menstruo”: Informe sobre equitat menstrual en població adolescent i jove de Barcelona

Autoria: CJAS / L'Associació de Drets Sexuals i Reproductius

Data: Febrer 2022



Títol: Jo menstuo. Informe sobre equitat menstrual en població adolescent i jove de Barcelona

© 2022 L'Associació de Drets Sexuals i Reproductius

Aquesta publicació està sota la llicència de Creative Commons

Projecte elaborat amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona



**Ajuntament
de Barcelona**



Índice

| | |
|--|----|
| RESUM DE LES PRINCIPALS DADES DE L'ESTUDI..... | 5 |
| SOBRE EL PROJECTE #JO MENSTRUO | 6 |
| METODOLOGIA DE L'ESTUDI I L'INFORME..... | 9 |
| PRINCIPALS RESULTATS | 11 |
| BLOC 1. CONEIXEMENTS, UTILITZACIÓ I FACILITAT D'ACCÉS..... | 11 |
| BLOC 2. COST I GRATUÏTAT | 17 |
| BLOC 3. SOSTENIBILITAT I ALTRES..... | 20 |

RESUM DE LES PRINCIPALS DADES DE L'ESTUDI

Dades tècniques

- 350 enquestes a usuàries del CJAS d'entre 15 i 30 anys. 338 considerades vàlides. Passades entre febrer i desembre 2021. Acompanyades de l'entrega gratuïta d'un producte ecosostenible: copa menstrual o compresa reutilitzable

- Les persones enquestades acostumen a combinar més d'un producte segons el moment i la necessitat
- Es coneixen, s'utilitzen i es pot accedir més fàcilment als productes comercials d'un sol ús. La diferència entre aquests (compreses un sol ús, tampons i salva slip) respecte la resta és notable.
- El coneixement de la diversitat de productes augmenta amb l'edat però això no vol dir que augmenti l'ús. En la majoria de reutilitzables l'ús és residual.
- El producte reutilitzable més conegut és la copa menstrual. 6 de cada 10 noies menors de 20 anys la coneix, i aquesta xifra augmenta entre les majors de 20 anys.
- Els productes més emprats són els d'un sol ús però després destaca de manera important l'elevat ús de la copa menstrual que se situa en un 22% de les usuàries més joves -de menys de 20 anys- i en un 46% en usuàries de més edat. S'acostuma a normalitzar l'ús de les copes menstruals a mesura que avança l'edat
- Dues de cada tres usuàries que canviarien de productes si fossin gratuïts es passaria a la copa menstrual
- Les compreses reutilitzables presenten un baix percentatge de coneixement (33%) i encara molt més d'utilització (7%)
- Hi ha una evident dificultat d'accés als productes que no siguin d'un sol ús.
- Un 42% d'usuàries gastarien entre 60 i 120 euros a l'any i una de cada quatre més de 120. Només un 20% afirmen gastar poc a l'emprar producte reutilitzables.
- Els diners per pagar els productes varien molt en funció de l'edat. A edats més joves els diners provenen de la família i a mesura que avança l'edat és paguen amb recursos propis. La capacitat de les persones joves de poder cobrir les seves necessitats en relació a aquest tema depèn en la seva pràctica totalitat de l'economia familiar.
- La immensa majoria de les persones enquestades afirmaven que provarien el producte ecosostenible entregat gratuïtament al CJAS (96%)
- Un 95% s'està d'acord que els productes d'higiene menstrual haurien de ser gratuïts i en un 98% que s'haurien de promoure els productes reutilitzables
- Només es disposa de productes d'higiene menstrual gratuïts en cas de necessitat en el lloc de treball, estudi o oci d'una de cada quatre enquestades. Hi ha una manca de normalització de la disposició pública i gratuïta d'aquests productes en espais públics.
- La pandèmia no ha semblat modificar els hàbits en relació a l'ús de productes/mètodes

SOBRE EL PROJECTE #JO MENSTRUO

Actualment, la crisi provocada per la pandèmia sanitària posa en risc totes les lluites i drets de les dones assolits i, encara més, obre una escletxa difícilment salvable per tots aquells que no s'havien aconseguit garantir. Aquest és el cas del dret a l'anticoncepció i als productes d'higiene menstruals com a productes de salut pública i no de luxe.

Així des del CJAS i L'Associació hem iniciat un programa pilot amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona que consistirà en que usuàries del centre podran participar d'aquest programa rebent consell menstrual i contraceptiu acompanyats de producte menstrual i mètode, col·locat per les nostres professionals en el cas que sigui necessari i sense cap cost econòmic per elles.

L'atenció en aquests dos tipus de consell es basa en la transmissió de coneixements sobre el cos i la curiositat de l'autoconeixement que genera agència a les dones per poder decidir, juntament amb un bon acompanyament professional, tant els productes d'higiene menstrual com el mètode anticonceptiu adients en cada cas. Malgrat s'informarà i facilitaran totes les opcions existents, sempre es prioritzaran les opcions més sostenibles i saludables a llarg termini com són la copa, compreses reutilitzables i l'esponja menstrual, els preservatius, els DIUs no hormonal, etc.

Aquest programa vol promoure de forma evident la reducció de la feminització de la pobresa per una de les seves causes de discriminació i desigualtat més transversals i, a la vegada, ens permetria recollir tot un seguit d'informació i dades, actualment inexistents a l'Estat espanyol. I amb aquestes dades i informació s'elaborarà un informe que dibuixarà els continguts claus per tal de generar polítiques públiques realment transformadores que desmuntin les desigualtats estructurals que hi estan vinculades.

Objectius del projecte

- Contribuir a erradicar la feminització de la pobresa
- Garantir l'accés a la informació
- Recollir dades i informació i generar coneixement especialitzat que permeti elaborar polítiques transformadores

Sobre la feminització de la pobresa

Fa molt que coneixem les causes reals de la feminització de la pobresa, que entenem la seva lògica estructural basada en un sistema que es fonamenta en la divisió sexual del treball per poder sostenir els privilegis que, a molt pocs, els atorga el patriarcat aliat amb el capitalisme. També sabem que les respostes no poden ser per mitjà d'enfocaments limitats i que cal generar un conjunt de polítiques públiques coherents, integrals i continuades que incideixin directament en tots els factors estructurals d'exclusió i discriminació que porten a les dones a ser més vulnerables que els homes a patir la pobresa.

En aquesta situació, i seguint el que hem estat reivindicant des de sempre com a moviment feminista i en favor dels drets sexuals i reproductius, creiem que és imprescindible promoure mesures concretes d'accessibilitat a l'anticoncepció i, també, als productes d'higiene menstrual.

Tenir la regla, li suposa a cada dona una despesa d'uns 100 euros a l'any en productes d'higiene menstrual aproximadament. Una despesa que, actualment, forma part de tot aquest conjunt de discriminacions que s'arrelen per feminitzar la pobresa. Aquesta pobresa menstrual que és el terme que actualment s'utilitza per situar a les dones que no poden fer front a aquesta despesa. Propostes com les que s'han aprovat a Escòcia recentment són gairebé inexistents però altament transformadores (Escòcia serà pionera en Europa en combatir la "pobreza menstrual": tampones y compresas gratis para las estudiantes https://www.eldiario.es/economia/escocia-europa-menstrual-higienicos-estudiantes_1_1965155.html)

L'equitat menstrual i contraceptiva

El concepte d'equitat menstrual es refereix a l'accés igualitari als productes d'higiene però també a l'educació sobre el cos i a una salut amb perspectiva de gènere. A més, inclou la idea que aquests productes estiguin exempts de taxes però també que siguin presents als llocs públics. Però els productes de les grans marques no són els únics que poden usar-se. Hi ha alternatives de recollida de sagnat que són més econòmiques, reutilitzables i, per tant, més sostenibles que els tampons i les compreses d'un sol ús com són les esponges, les calces absorbents o la copa menstrual. Però per poder utilitzar-los hem de conèixer el nostre cos, la nostra regla, la diversitat de productes i tenir-hi un accés fàcil en tots els sentits. D'això és el que, des de L'Associació n'anomenem un consell i acompanyament menstrual per escollir el producte i/o eina que decidim.

L'Associació té com a principi fundacional la lluita per la garantia dels drets sexuals i reproductius que, a la vegada, es basen en l'autoconeixement del cos, del cicle menstrual i la garantia per l'accessibilitat a totes les opcions existents perquè les dones puguin decidir en tots els àmbits i puguin gaudir de la sobirania corporal com un fet constituent. D'aquí que tots i

cadascun dels programes i serveis que duem a terme tinguin aquest enfocament de treball com a eix que els travessa.

Així és com treballem al nostre Centre Jove d'Atenció a les Sexualitats (CJAS) on més de 6 mil joves venen anualment a consultar sobre aquests temes i on oferim diversitat de serveis per poder garantir els drets sexuals i reproductius de les joves en la mesura que puguem. Com és el cas del consell contraceptiu i l'accés a alguns mètodes que facilitin l'autocura i la prevenció, promovent relacions sexuals saludables i plaenteres i mirant d'absorvir alguna de les discriminacions que viuen les nostres usuàries més joves.

Ja fa temps la nostra entitat, entre moltes d'altres i la pròpia Estratègia de Feminització de la Pobresa Municipal, que reivindicuem que l'anticoncepció ha de ser universal i, per tant, gratuïta i, de la mateixa manera ho han de ser també els productes d'higiene menstrual perquè són productes de salut pública, perquè formen part de la garantia dels drets sexuals i reproductius i, com a tal, dels drets humans. Les dones han de poder tenir agència i decidir sobre les seves vides per sortir de la pobresa i aquests 2 temes en són claus.

METODOLOGIA DE L'ESTUDI I L'INFORME

Data del període de recerca

1 de febrer a 30 de novembre de 2021.

Criteris d'inclusió

Detecció oportunista de dones i persones menstruants d'entre 15 i 30 anys que acudeixin al CJAS per fer visites contraceptives

Procediment

Després de l'atenció de la persona usuària relacionada amb contracepció se li ofereix una explicació sobre el cicle menstrual que ve acompanyada:

- L'entrega d'un fulletó "Jo menstruo" amb codi qr amb informació a la web del CJAS
- Un producte d'higiene menstrual ecosostenible (copa menstrual o compresa reutilitzable)
- D'una enquesta autoadministrada en format digital



Total de la mostra

S'han recollit un total de 338 enquestes i s'han distribuït un volum equivalent de productes d'higiene menstrual eco-sostenible. S'han hagut de desestimar i considerar valors nuls un total de 12 per registres incomplets

| Edats | Total |
|--------------|------------|
| 15 a 17 | 49 |
| 18 a 20 | 114 |
| 21 a 25 anys | 117 |
| Més de 25 | 58 |
| TOTAL | 338 |

Limitacions

Caldria ampliar la mostra per extreure resultats significatius per franges específiques d'edat i altres variables però l'estudi apunta línies de recerca i conclusions que poden ser rellevants a l'hora de planificar polítiques en relació al tema.

PRINCIPALS RESULTATS

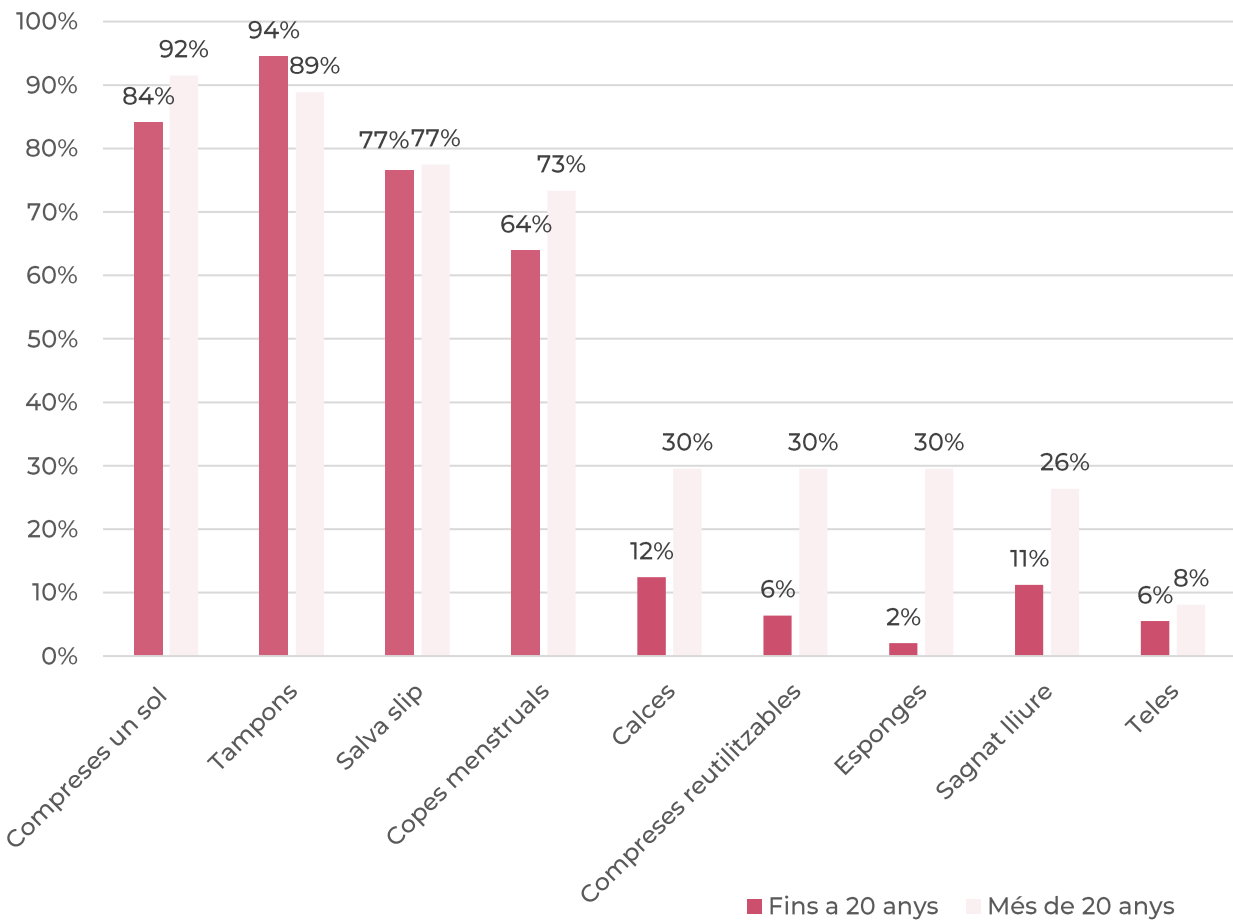
BLOC 1. CONEIXEMENTS, UTILITZACIÓ I FACILITAT D'ACCÉS

Un aspect clau és disposar d'informació sobre el coneixement, la utilització i la percepció de facilitat d'accés sobre determinats productes i mètodes.

En la següent taula es mostra un resum del resultat de totes les usuàries. El percentatge és el resultat de sumar la resposta "bastant" i "molt".

| Producte/metode | Coneixes | Utilitzes | Facilitat d'accés |
|--------------------------|----------|-----------|-------------------|
| Compreses d'un sol ús | 88% | 64% | 81% |
| Tampons | 92% | 57% | 80% |
| Salva slip | 77% | 46% | 75% |
| Copes mensuals | 68% | 35% | 50% |
| Calces | 21% | 4,4% | 10% |
| Compreses reutilitzables | 32% | 7% | 25% |
| Esponges | 21% | 1% | 2% |
| Teles | 7% | 1% | 9% |
| Sagnat lliure | 19% | 3% | N/A |

Quins productes coneixes? (Bastant + Molt) n=295



El coneixement dels productes és un element clau i previ a qualsevol utilització. En aquest cas de nou es confirma que els tres productes més emprats són els comercials i d'un sol ús, que se situen entre el 77 del salva slip, a entre el 84 i el 94% de tampons i compreses d'un sol ús.

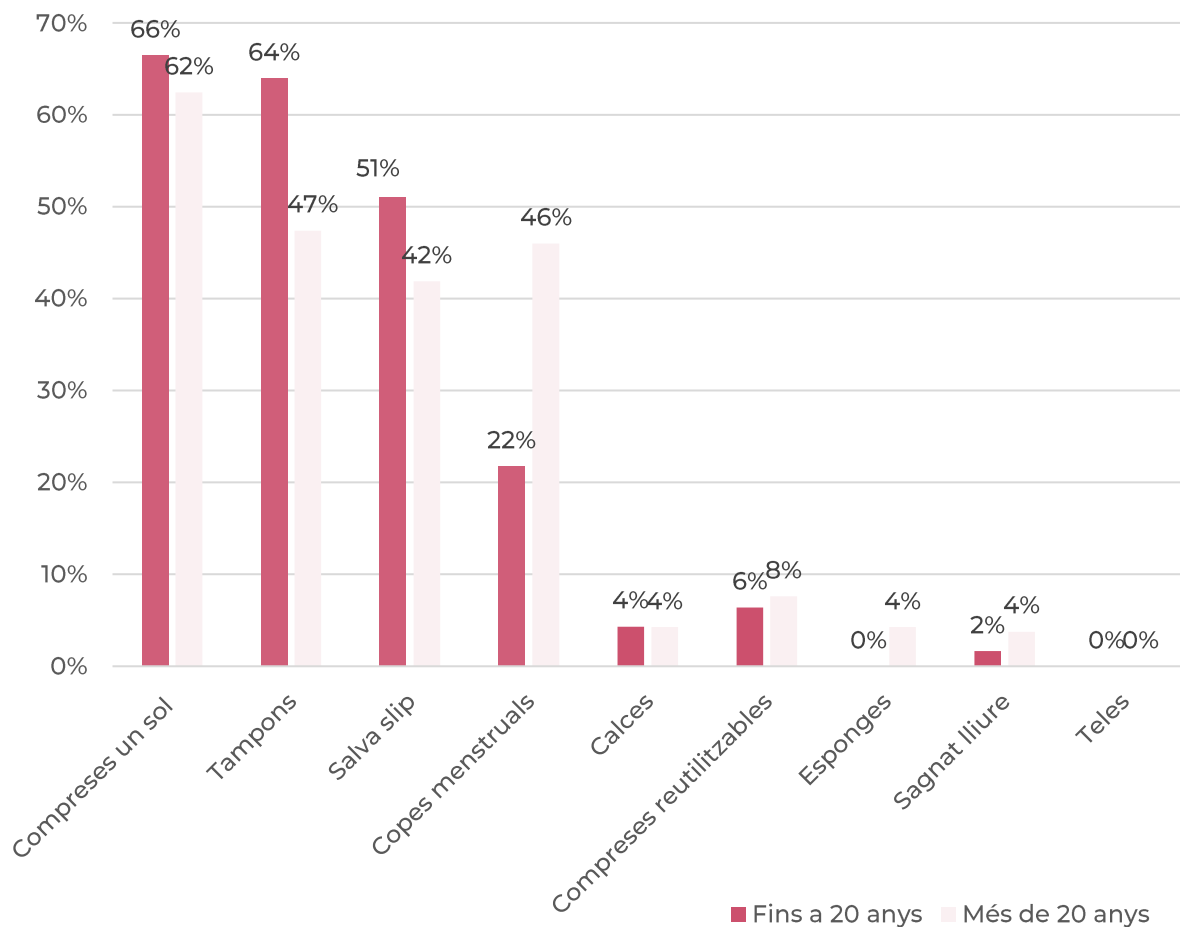
A força distància però en valor força elevat trobem la copa menstrual. 6 de cada 10 noies menors de 20 anys coneix la seva existència, i aquesta xifra augmenta entre les majors de 20 anys.

A partir d'aquí el coneixement fa un salt molt important, i queda molt més marcada la diferència d'edat com a element clau.

La població més jove presenta un desconeixement molt important de productes i/o estratègies d'higiene menstrual. Les calces o el sagnat lliure només són conegudes per una de cada deu noies. I compreses reutilitzables, teles tenen un coneixement força petit i gairebé residual en el cas de les esponges.

A major edat augmenta el coneixement de productes i mètodes sostenibles, situant-se entre un 25 i un 30% de les usuàries en tots ells excepte les teles que són força desconegudes. Tot i així és un coneixement que queda molt lluny dels productes d'un sol ús.

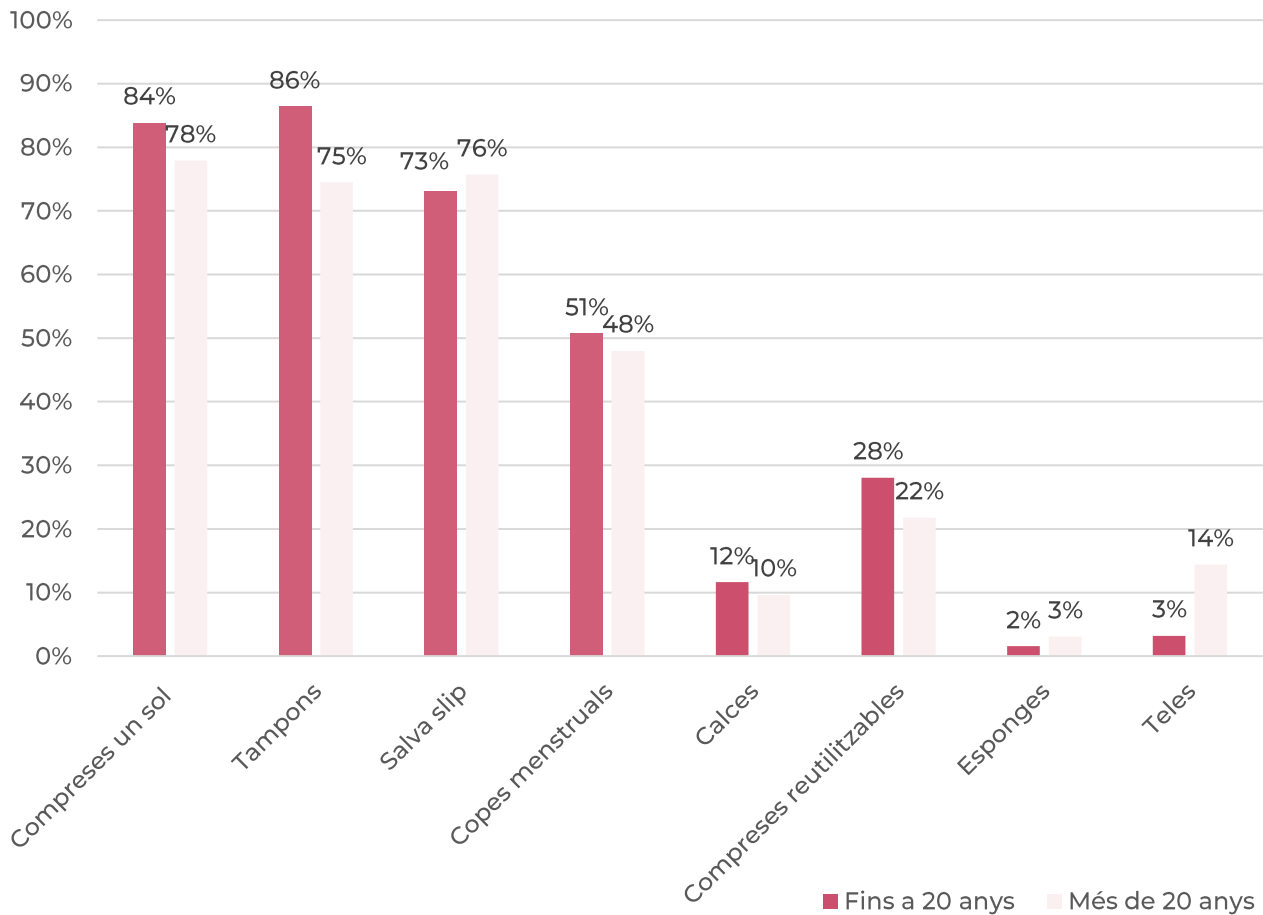
Quins productes has utilitzat (Bastant + molt) (n=295)



En relació a l'ús de nou són emprats de manera majoritària els productes d'un sol ús però destaca de manera important l'elevat ús de la copa menstrual que se situa en un 22% de les usuàries més joves -de menys de 20 anys- i en un 46% en usuàries de més edat.

La resta de productes queden molt més lluny i són emprats de manera minoritària.

Quins productes creus que son de fàcil accés (Bastant + molt) (n=295)



A la pregunta sobre la facilitat d'obtenció de determinats productes les respostes entren dins l'esperable. Els més fàcils d'obtenir son aquells de consum comercial habitual i d'un sol ús (compreses, tampons i salva slip).

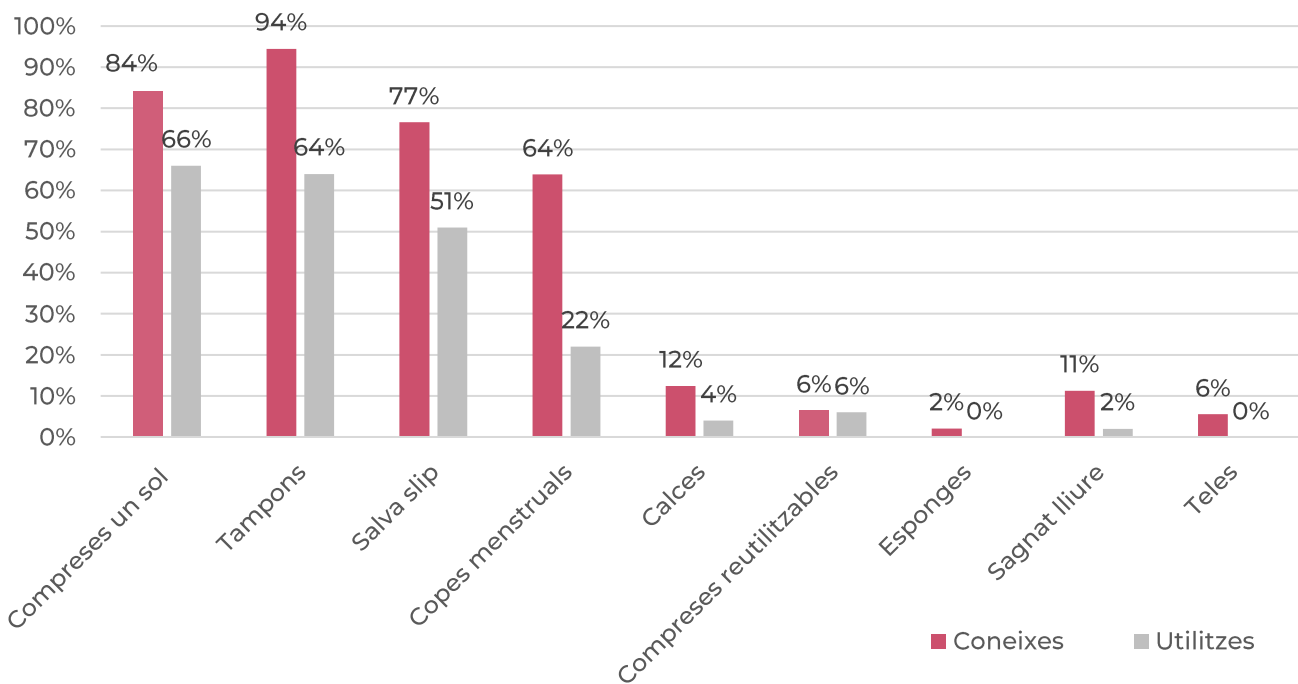
La meitat de les usuàries comenten que és fàcil obtenir copes menstruals. Però ja a partir d'aquí la resta de productes comença a ser difícil on i com trobar-ne. Destaca per desconegut l'accés a compreses reutilitzables (només una quarta part sabria on accedir-hi), calces, teles i esponges que el seu coneixement d'accés és molt residual. Per edats, les usuàries més joves de més edat manifesten com poder trobar amb més facilitat teles.

Hi ha una evident dificultat de saber fins i tot on i com accedir als productes que no siguin d'un sol ús.

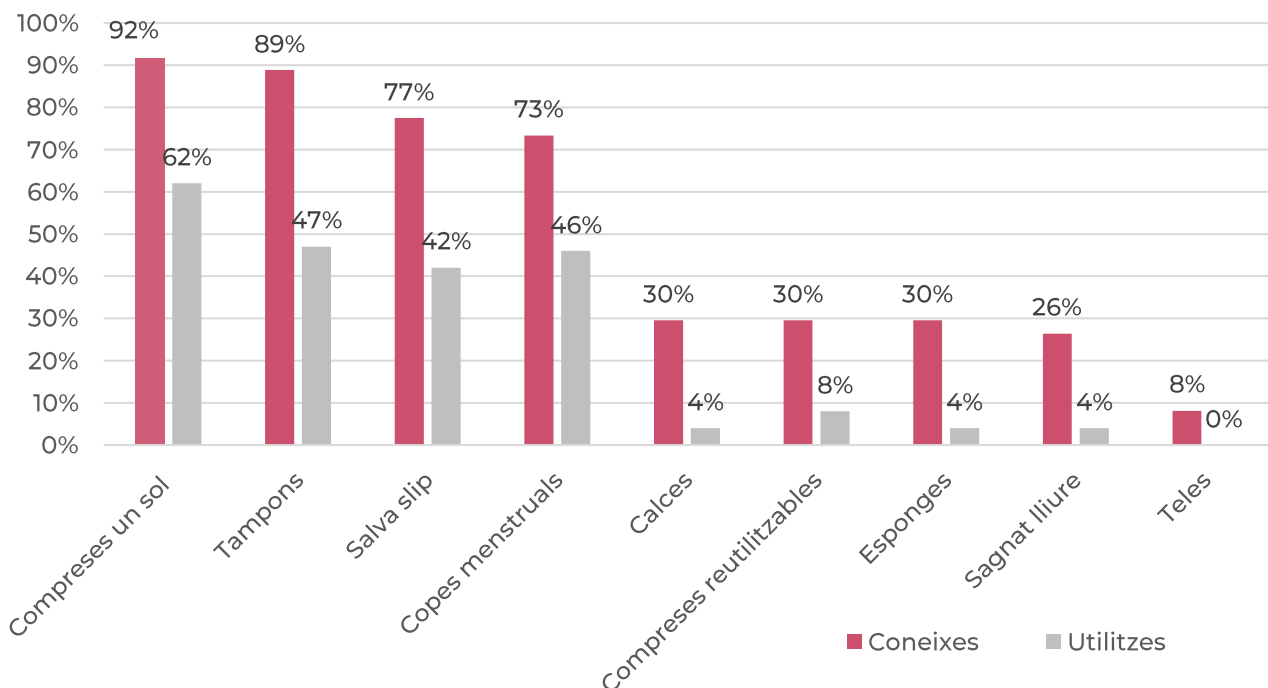
Si comparem el grau d'ús i el de coneixement observem que encara que augmenti el percentatge de coneixement de productes reutilitzables com les teles, esponges, compreses reutilitzables, calces o el mètode sagnat lliure, aquest coneixement no fa augmentar-ne l'ús.

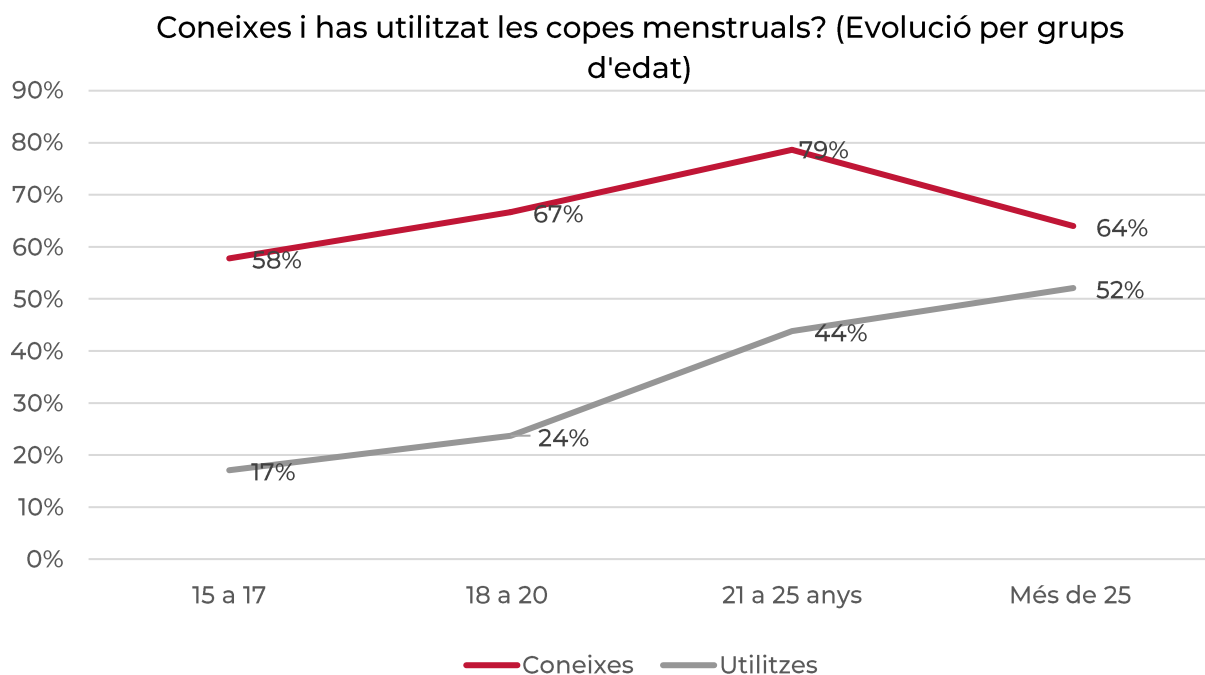
En relació a la copa menstrual, una de cada tres noies de menys de 20 anys que coneixen la copa menstrual l'estan utilitzant, mentre que aquest percentatge augmenta en dues de cada tres entre les usuàries de més edat. Així és que tot i que un major coneixement de la copa augmenta l'ús, sembla que les usuàries més grans són les que se senten més còmodes amb el mètode.

Relació entre coneixement i ús (menors de 20 anys)



Relació entre coneixement i ús (majors de 20 anys)



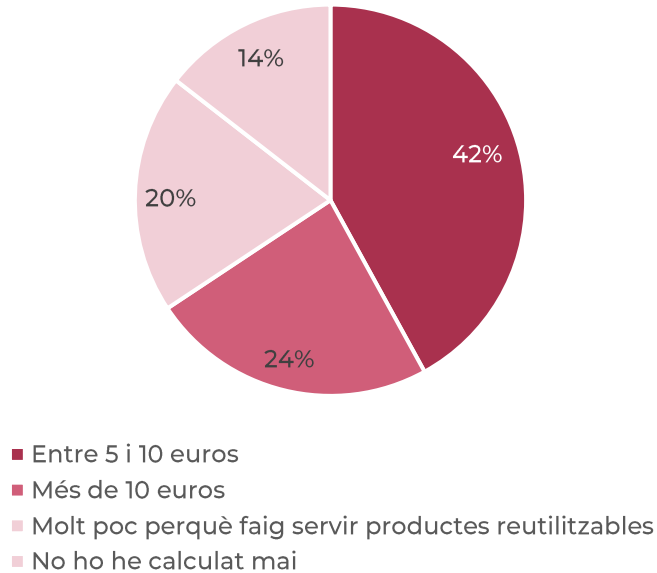


La gràfica anterior mostra com les noies acostumen a normalitzar l'ús de les copes menstruals a mesura que avança l'edat, malgrat conèixer la seva existència com a opció.

BLOC 2. COST I GRATUÏTAT

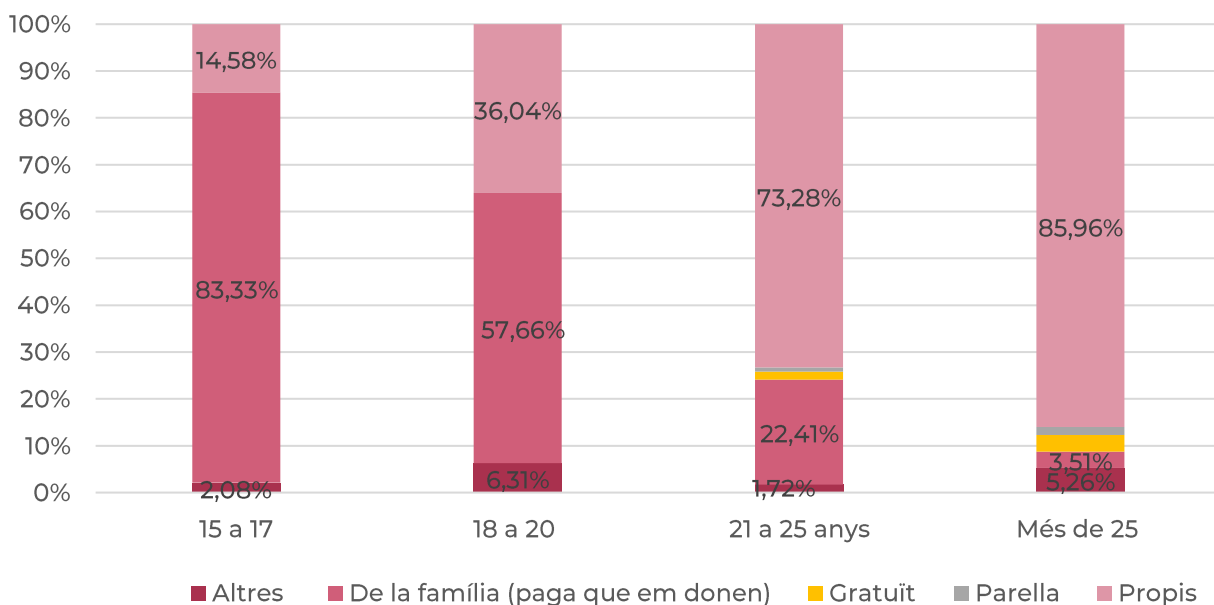
Un altre bloc de preguntes volien conèixer si el cost suposava un obstacle a l'hora d'accedir a un determinat producte menstrual.

Quant gastes al mes en productes?



Així un 42% d'usuàries gastarien entre 60 i 120 euros a l'any i una de cada quatre més de 120. Només un 20% afirmen gastar poc a l'emprar producte reutilitzables.

Amb quins diners pagues els mètodes?



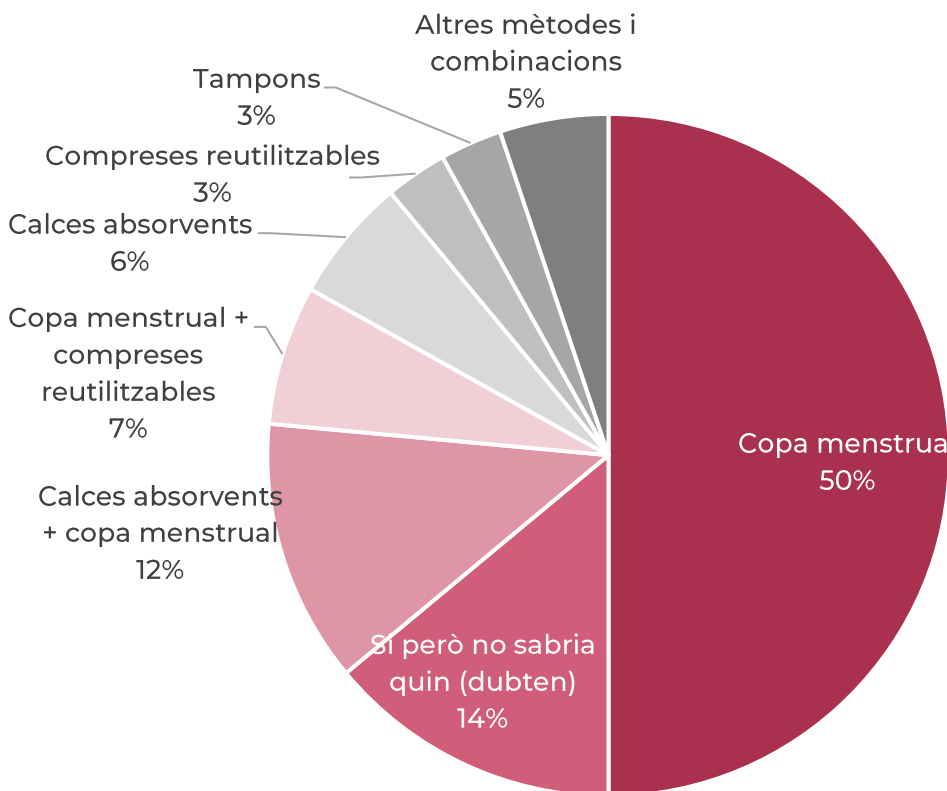
Els diners per pagar els productes varien molt en funció de l'edat com és lògic. A edats més joves els diners provenen de la família i a mesura que avança l'edat és paguen amb recursos propis.

El percentatge d'usuàries que obtenen els productes amb altres recursos, gratuïts o per la parella és molt baix.

Així doncs la capacitat de les persones joves de poder cobrir les seves necessitats en relació a aquest tema depèn en la seva totalitat de l'economia familiar.

Valoraries canviar de productes menstruals si fossin gratuïts?

Per quin producte optaries en el cas que fossin gratuïts? (n=118)

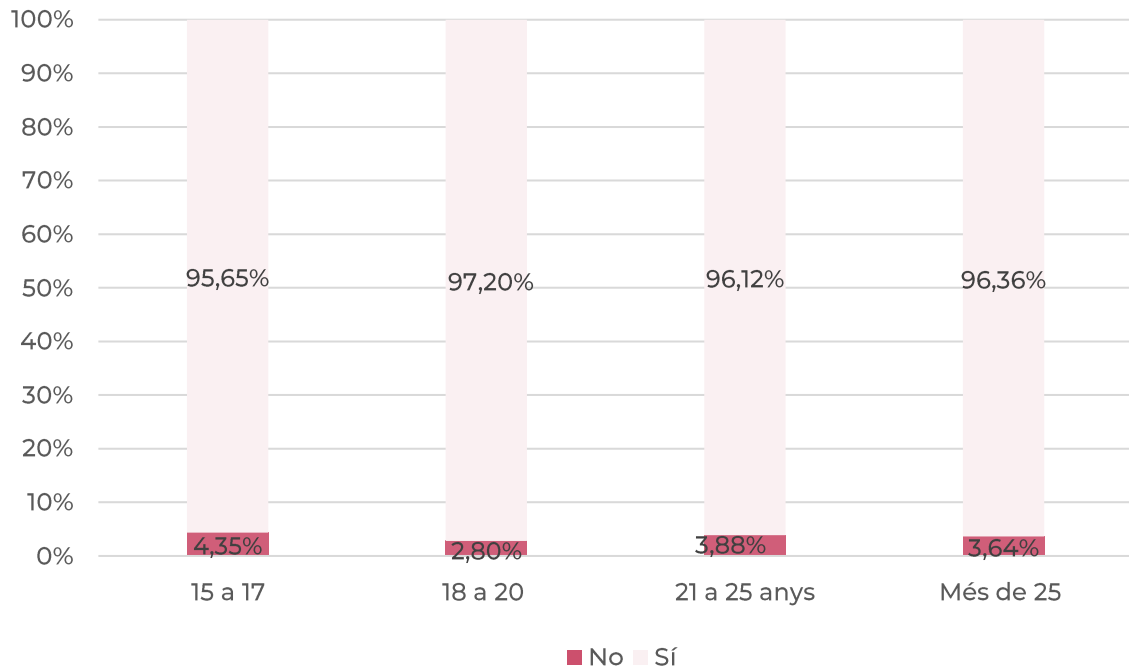


Fins a un 35% de les persones enquestades (n=118) afirmen que en el cas que tots els productes fossin gratuïts valorarien canviar respecte el producte actual.

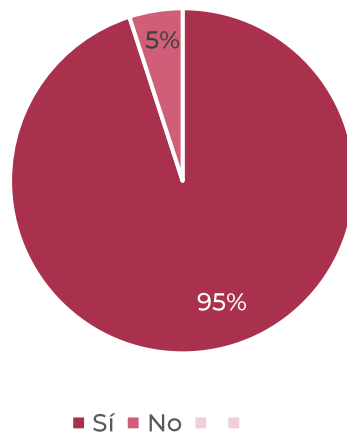
I aquestes 118 dones van triar quin altre mètode optarien donada la gratuïtat. La copa menstrual va ser triada per prop de 7 de cada 10 dones, ja sigui com a únic producte o en ús combinat amb calces i compreses.

A les 338 enquestades també se'ls va donar o bé una copa menstrual o bé una compresa reutilitzable de manera gratuïta i se'ls va preguntar la seva opinió al respecte. Més concretament si provarien el producte. En aquest sentit la resposta és afirmativa de manera molt majoritària (96%)

Provaràs el producte que t'hem entregat gratuïtament al CJAS?



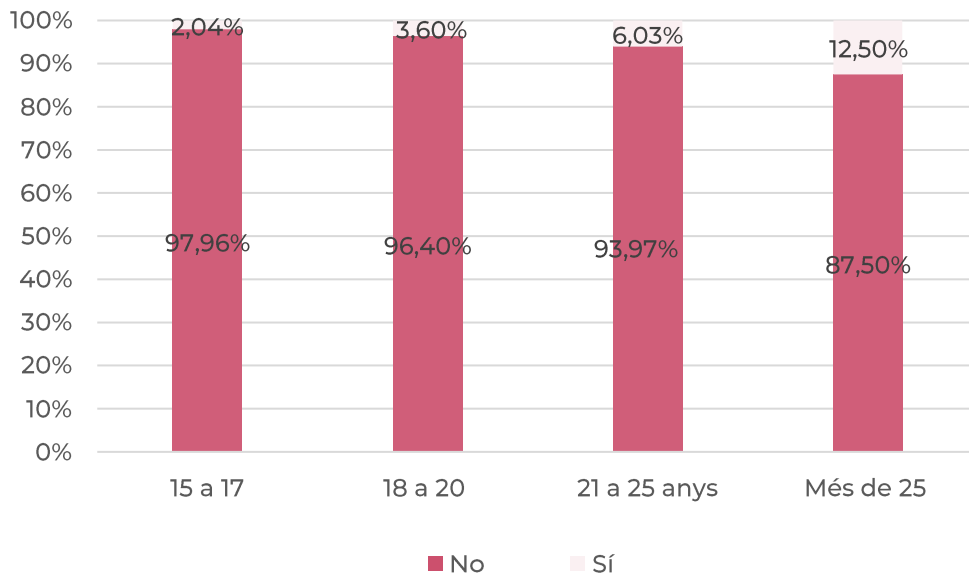
Creus que haurien de ser gratuïts els productes menstruals?



A la pregunta sobre els productes menstruals haurien de ser gratuïts hi ha una resposta molt majoritària afirmativa, fins a un 96% de les persones.

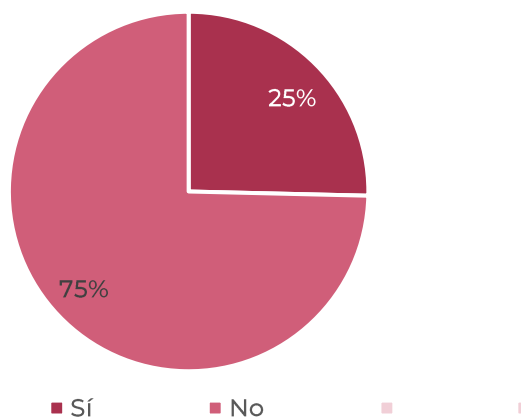
BLOC 3. SOSTENIBILITAT I ALTRES

La pandèmia t'ha fet modificar els hàbits en relació als productes emprats?



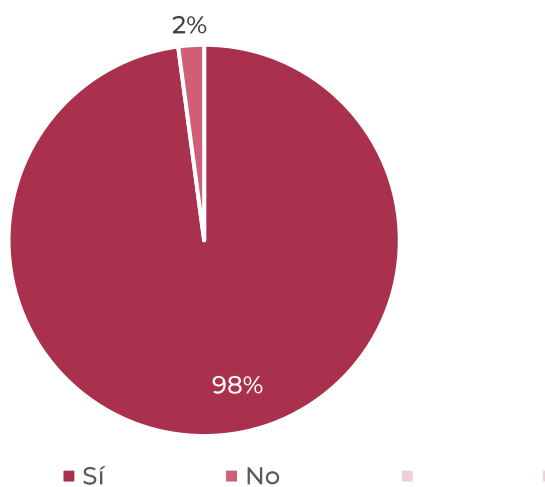
A diferència d'altres àmbits no s'observa que la pandèmia de COVID-19 ni els confinaments hagin suposat una modificació dels hàbits en relació als productes. La majoria de les persones enquestades han mantingut els hàbits sense alteració

En el teu lloc de treball, estudi, oci... habitual, es disposa de productes gratuïts d'higiene menstrual per si ho necessites? (n=134)



De les 134 persones que van contestar la pregunta, només en una de cada quatre afirmaven en el seu lloc de treball, estudi o oci es disposa de productes d'higiene menstrual gratuïts en cas de necessitat. Això posa de manifest la manca de normalització de la disposició pública i gratuïta d'aquests productes en espais públics.

Creus que s'haurien de fomentar els productes reutilitzables (n=330)



Com en la gratuïtat també hi ha un consens gairebe unànim en demanar que es fomentin els productes reutilitzables en relació a la higiene menstrual. Un 98% de les persones que van participar a l'estudi hi estaven a favor

