

MENSTRUACIÓN Y DISEÑO:

Un análisis de productos de gestión menstrual desde la centralidad en el usuario.

Belén Pintado Ivaniuk

Tutora: Sofía Martínez Frenkel

2024





Agradecimientos

Para todas aquellas personas que me acompañaron literalmente en la sangre, sudor y lágrimas que dejé en estos cinco años. Quienes me tranquilizaron cuando me corté un dedo después de cortar decenas de cartones; quienes me ayudaron a cargar kilos de cajas y maquetas en el 104 lleno; y por la paciencia cuando las entregas sobrepasaron mi paz mental.

Gracias...

A las mujeres que se tomaron el tiempo y amablemente se prestaron para los grupos focales.

A las compañeras y amigas que pasaron por mi vida a lo largo de la carrera, sin ellas todo habría sido más difícil y no tan divertido.

A mis compañeras y compañeros de trabajo que nunca dejaron de motivarme en cada parcial, en cada entrega y por dejarme imprimir textos en la impresora de la oficina.

A las increíbles profesoras que me enseñaron sobre feminismo y a quien me dio a conocer a Simone de Beauvoir y me cambió la vida.

A mi novio por esperarme con la comida pronta luego de largas jornadas de trabajo y clases.

A mi mamá por estar siempre y apoyarme cuando elegí hacer una carrera que nadie sabe qué es ni qué hago.

A mi abuelo por enseñarme la importancia del estudio, desde cuando íbamos caminando juntos a la escuela, hasta cuando me enseñó a usar sus herramientas.

A Vilmi, mi perrita, porque sus mimos incansables fueron terapéuticos

ÍNDICE

Resumen.....	5
Introducción.....	6
Marco teórico.....	9
Higiene/Gestión Menstrual.....	10
Habitar la menstruación como tabú.....	11
Centralidad en el usuario.....	13
Objetivos.....	14
Hipótesis y preguntas.....	16
Metodología.....	18
Desarrollo.....	20
Análisis diacrónico.....	21
Análisis sincrónico.....	23
Resultados.....	35
Grupos focales.....	36
Parte 1.....	36
Parte 2.....	42
Reflexiones finales.....	46
Interpretación de resultados.....	47
Ética en el diseño.....	48
Lenguaje y comunicación.....	49
Recomendaciones de diseño.....	50
Bibliografía.....	53

Resumen

Este trabajo busca acercar la centralidad en el usuario al rubro de la gestión menstrual. Orientándose al impacto que tienen los aspectos formales de estos productos en la experiencia de las mujeres usuarias, entendiendo que esta se ve afectada por la carencia de centralidad en la persona.

El fin es conocer experiencias personales diversas y entender si efectivamente estos productos satisfacen sus necesidades. Además se buscan puntos críticos a nivel formal y de usabilidad de los productos, que tengan potencial para mejorar.

INTRODUCCIÓN



Introducción

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) la higiene menstrual es parte integral del derecho a la salud de las mujeres. Esto incluye el acceso a productos de higiene menstrual seguros y asequibles.

La higiene menstrual es un proceso que comienza en la pubertad y finaliza en la menopausia, mujeres y niñas durante la mayor parte de su vida tienen la necesidad ineludible de gestionar su menstruación, ya sea conteniendo, absorbiendo, etc.

Entonces, si estos artículos que son de primera necesidad no se desarrollan adecuadamente, un derecho básico de las mujeres estaría siendo vulnerado.

A pesar de la variedad disponible en el mercado, se entiende que aún falta una perspectiva integral del producto, que tenga como guía el diseño ergonómico y centrado en el usuario, lo que resulta en productos que no satisfacen plenamente las necesidades individuales de las usuarias.

Menstruar es un proceso biológico que interpela prácticamente a la mitad de la población mundial. Es un suceso que atraviesa la cotidianidad de mujeres y niñas; pero que aún así es un tabú en muchas sociedades y culturas. Esto limita la creación de conocimiento y la investigación transdisciplinaria del tema, afectando así nada más ni nada menos que la salud de las mujeres.

Aunque pueda ser indignante, no parece extraño este fenómeno de invisibilización, teniendo en cuenta que se enmarca en una sociedad construida sobre estructuras jerárquicas, basadas en la desigualdad de género. Se observa como la menstruación y los cuerpos terminan adaptándose al ritmo del sistema y no al revés.

Como bien expresa Kate Millet (1970) en "Política sexual", las cuestiones privadas, están intrínsecamente conectadas con estructuras más amplias de poder y política. Es decir que los aspectos personales de la vida cotidiana, como las experiencias personales y relaciones interpersonales, no son simplemente asuntos privados, sino que están vinculados a dinámicas de poder y construcciones sociales más grandes.

Incluso Inga T. Winkler (2020) en "The Palgrave Handbook Of Critical Menstruation Studies", donde ella y varias autoras recopilan investigaciones y artículos relacionados con el tema para impulsar su visibilización y el movimiento de activismo menstrual, sostiene que la menstruación es lo que finalmente une lo personal con lo político, "lo psicológico con lo socio-cultural". Porque la vulneración del derecho a la higiene menstrual impacta en los derechos humanos de mujeres y niñas.

Es allí donde se encuentra la necesidad de abordar esta cuestión tanto a nivel personal como a nivel académico, a través de la generación de conocimiento y de la contribución por parte del diseño.

En cuanto al rol del diseño en esta propuesta, partimos desde la base que para poder interactuar con el espacio que nos rodea, debemos poder habitar nuestro propio cuerpo.

Entonces, tomando como referencia la definición de diseño utilizada por el Área Teórico-Metodológico de la EUCD, "Diseño es la actualización de soluciones a los problemas de interacción del ser humano con el hábitat" (Martinez, 2013, p.3), entendemos que la disciplina debe contribuir con el fenómeno humano que es la menstruación, ya que es parte de habitar el cuerpo e inevitablemente afecta a la interacción de las mujeres con el entorno.

El campo del diseño como proveedor de soluciones, debe prever que el ciclo menstrual va a suceder, y este no puede significar una limitante en el desempeño de las mujeres. Los métodos de higiene menstrual son artículos utilizados a diario por millones de personas en todo el mundo, siendo un rubro de tal magnitud es inconcebible que el diseño industrial no acompañe su crecimiento, desde la investigación y la práctica, a través de aspectos tecnológicos, ergonómicos, estéticos, etc.

Al mismo tiempo, la investigación de esta problemática incide en la construcción de la percepción de la menstruación en la sociedad. Permitiendo que se den espacios para informar y compartir, con el fin de derribar el tabú, los mitos y prejuicios.

La apertura a estas temáticas trae consigo la innovación, y el crecimiento tanto de la disciplina como de los productos y tecnología del rubro. Este trabajo no solo aborda una problemática específica en el diseño de productos menstruales, sino que también tiene el potencial de influir en prácticas más amplias en el diseño industrial, destacando la importancia de la ergonomía, la centralidad en el usuario y la perspectiva de género en la creación de productos más inclusivos y conscientes.

MARCO TEÓRICO



Marco teórico

Este apartado explorará la literatura existente relacionada con la menstruación, la higiene menstrual y el diseño centrado en el usuario; ofreciendo un panorama integral que permitirá comprender mejor las preferencias y experiencias de las mujeres en relación con los productos menstruales.

A continuación se establece una base conceptual para entender las dimensiones claves de esta investigación: los conceptos base de la gestión menstrual; la estigmatización de la menstruación en la sociedad; y la definición y alcance del diseño centrado en el usuario.

Higiene/Gestión Menstrual

Según la RAE, la menstruación es la “evacuación de sangre procedente del útero, que se produce todos los meses en las mujeres y en las hembras de algunos mamíferos.”

Se entiende por Gestión Menstrual aquellos “elementos que necesitan las mujeres para vivir de forma plena su menstruación. Ésta incluye productos (como tampones, toallas sanitarias, entre otros), información científica y libre de prejuicios, infraestructura sanitaria adecuada (...) así como servicios de salud de calidad.” (COPRED, s.f.)

Se determina una higiene menstrual saludable y digna cuando:

“las niñas y mujeres usan un material de gestión menstrual limpio para absorber o recoger la sangre menstrual, que puede ser cambiado en privado tan frecuentemente como sea necesario durante el período menstrual, usando jabón y agua para lavar su cuerpo según lo requieran, y tienen acceso a instalaciones seguras y convenientes para desechar los materiales de gestión menstrual utilizados.” (WHO UNICEF, 2012 como se citó en UNICEF y DNEIyG, 2022).

Entonces, para respetar los derechos humanos de las mujeres y siendo que es un fenómeno que no se elige, es ineludible para gran parte de la población, el acceso a estos productos debería estar totalmente garantizado. Pero aún así en Uruguay por ejemplo, no se identifican como productos de primera necesidad, son considerados cosméticos y como resultado son gravados en el Impuesto al Valor Agregado (IVA). Esta carga económica adicional significa mayor gasto para las mujeres, entorpeciendo la higiene menstrual y por consecuencia su salud. (Echeberría et. al, 2021)

Chris Bobel (2010) en *New Blood*, destaca la deshumanización de este mercado y las absurdas formas en que se desarrolla su producción. La autora hace referencia a una línea de tampones aromatizados que resultaron inútiles ya que la sangre toma olor únicamente al contacto con el aire, también menciona la diferencia de criterio por marcas, a la hora de categorizar un tampón como *muy*, *medio* o *poco* absorbente. Además de hablar sobre la incompatibilidad de los productos con las necesidades menstruales reales, trae otros asuntos de vital importancia como

el síndrome del shock tóxico y otros efectos adversos a los que las mujeres se exponen naturalmente.

Habitar la menstruación como tabú

“Pero, desde el advenimiento del patriarcado, ya sólo se han atribuido poderes nefastos al turbio licor que fluye del sexo femenino (de Beauvoir, 1949).

No es un misterio que en muchas sociedades, la menstruación es un tema históricamente estigmatizado. Este fenómeno se origina en las estructuras patriarcales que, a lo largo de la historia, han contribuido a silenciar y marginar aspectos naturales de la fisiología de la mujer, utilizando este fenómeno natural como herramienta de control y ejecutor de poder.

Simone de Beauvoir (1949) lo demuestra estupendamente con escrituras antiguas que describen a la mujer en período de menstruación como lo más impuro, destructivo y asqueroso, “(...) estará apartada: y cualquiera que tocara en ella, será inmundo hasta la tarde.”; “La mujer que está en su período de menstruación arruinará las cosechas, devasta los huertos, mata las semillas, (...)”; incluso cita a un miembro de la Asociación Médica Británica que declaraba saber de dos casos en que “se habían estropeado dos jamones en tales circunstancias” refiriéndose que una mujer menstruando los tocara.

La autora también cuenta historias de comunidades primitivas alrededor del mundo, donde las mujeres eran apartadas de las aldeas mientras menstruaban, no se la dejaba ver ni tocar a nadie y solo su madre y su hermana estaban autorizadas a alimentarla. En su relato, de Beauvoir avanza en el tiempo y narra cómo en países anglosajones se prohibía la entrada a refinerías porque la “maldición” oscurecía el azúcar.

La sangre menstrual representa la esencia del sexo femenino, entonces una forma de control es invisibilizarla, para demostrar esto Simone cita las barbaridades de Levi-Strauss, “No la muestres a tu madre porque moriría. (...) Oculta la sangre a la mirada de tu padre, de tus hermanos y hermanas. Si la dejas ver, cometes un pecado” (de Beauvoir, 1949).

Del mismo modo, refiriéndose a la reputación que tuvo y tiene actualmente la menstruación, Sophie Laws concluye que es una creación del hombre y que la cultura androcentrista pretende que la mujer actúe como si no menstruara, que de alguna forma disimule los cambios hormonales, y que en caso de expresarlo será desacreditada. (Laws, 1990, como se citó en Bobel, 2010).

Según Bobel (2010), la representación y la percepción de la menstruación en la cultura refleja y acompaña el rol de la mujer en la sociedad. Para evidenciarlo relata una anécdota sobre la obra de Judy Chicago *Red Flag*, una fotografía de ella sacándose un tampón luego de usarlo. En lo que ella denomina como “menstrual denial” (negación menstrual), varios espectadores no sabían lo que era ese objeto rojo y algunos pensaron que era un pene rojo.



Figura 1. Adaptado de *New Blood third-wave feminism and the politics of menstruation* (p. 47), C. Bobel, 2010, Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.

Sharra Vostral explora la industria de la higiene menstrual a nivel histórico, destacando que el diseño para la gestión menstrual se ha basado en la idea de pasar desapercibida o mostrarse como no menstruante, ocultando y disfrazando. La autora afirma que esta “política tecnológica” perpetúa el tabú, reproduciendo la cultura de la ocultación y la idea de que la menstruación es algo anormal. (Vostral, 2008 como se citó en Persdotter, 2022).

Se refuerza la idea de que la menstruación es algo vergonzoso o sucio también en los medios. Un ejemplo claro de esto que no se puede ignorar es la representación de la menstruación en la publicidad, donde se muestra un fluido azul en lugar de la sangre menstrual que tiene otra consistencia, coágulos y una gama de rojos y marrones. Resulta desconcertante la naturalidad con que se muestran crudas escenas sangrientas en películas de acción, mientras que ningún personaje menstrúa y las publicidades venden sangre azul.

Esta elección distorsiona la realidad, y contribuye a la desinformación. Este enfoque busca suavizar la imagen de la menstruación, pero lo que realmente hace es distanciar a las personas de una comprensión genuina de su propio cuerpo.

Otro excelente ejemplo es el caso de la marca de tampones o.b., el cual es analizado por dos estudiantes de comunicación en su trabajo final *Femvertising: ¿cambiaron las representaciones publicitarias de las mujeres con respeto a la higiene femenina?*. Romina Carbone y María Victoria Diaz (2023) describen la conocida publicidad donde mencionan el slogan de la marca “Ni tú te das cuenta”, reforzando el secretismo y el escondimiento del ciclo menstrual.

Está claro que esta cultura de la ocultación no se encuentra únicamente en la industria o el mercado, sino que se perpetúa a nivel social en lo cotidiano. Franca Maia Hazan (2021) en su tesis de grado *Menstruar como experiencia socialmente construida*, plantea que la construcción de mitos y el uso de simbolismos refuerza de forma negativa la idea de la mujer menstruante; frases como “estar enferma” o “indispuesta”, normalizan la idea de imposibilidad. Además recoge eufemismos comúnmente utilizados para no mencionar explícitamente la menstruación, como “me vino”, “estar en esos días”, “Andrés, el que viene una vez al mes”. El no uso de la

menstruación y el disfraz de la misma impulsa la construcción del tabú y la invisibilización del fenómeno todo.

Centralidad en el usuario

Por un lado, Vinyets i Rejón hace referencia a lo cambiante del mercado actual, notando que este requiere innovación en los productos para que estos logren satisfacer las necesidades de los consumidores, sin embargo, afirma que la innovación no puede limitarse a lo cuantitativo y tecnológico, sino que para ser exitosa debe enfocar la centralidad también en el usuario. "(...) no puede seguir pensando en el mercado y los consumidores como estereotipos (comportándose todos de una determinada manera) o aplicando los nuevos desarrollos tecnológicos sin sentido, desde la centralidad de la tecnología." (Vinyets i Rejón, 2011).

El autor explica que el DCU (Diseño Centrado en el Usuario) se basa en estudiar los factores humanos, desde lo físico y lo cognitivo, hasta lo sociocultural. "(...) es el estudio de las experiencias personales de los usuarios, de sus diversas actividades y de sus contextos con el fin de conocer las necesidades reales y así descubrir nuevas oportunidades donde aplicar la tecnología." (Vinyets i Rejón, 2011). En pocas palabras, esta práctica tiene como objetivo conocer en profundidad a las personas, "ponerse en su piel" y hacerlas parte central del proceso de diseño.

Hacer que los usuarios sean parte del proceso fomenta un sentimiento de "propiedad" del producto final, que luego se verá reflejado en satisfacción y adaptación en el mercado. El autor asegura que el DCU no es solo ventajoso para el usuario por el desarrollo de productos más eficientes y seguros, sino que lo es también para el diseñador. El conocer al usuario de manera tan empática permite anticiparse a las expectativas de los usuarios sobre nuevos productos. (Vinyets i Rejón, 2011).

A su vez, la organización IDEO (2015) también plantea el diseño centrado en la personas como un proceso y conjunto de técnicas para crear soluciones (productos, servicios, etc). Se caracteriza por tener a las personas para quienes se crea esta solución, como eje principal. "Porque las personas son los expertos. Saben mejor que nadie cuáles son las mejores soluciones."

Para comprender los deseos y necesidades se debe adoptar la perspectiva de estas personas e integrarlas al proceso de diseño. Entonces, parece imprescindible que al desarrollar un producto, se involucre a esas personas que harán uso del mismo, para así enriquecer el proceso y obtener una solución final adecuada.

OBJETIVOS



Objetivos

General

Explorar la satisfacción y experiencias de usuarias con productos menstruales, identificando áreas de confort y seguridad para optimizar su diseño y usabilidad.

Particulares

1. Analizar la experiencia de usuario: Comprender las experiencias, preferencias y dificultades relacionadas con el uso de productos menstruales, identificando áreas de mejora, que puedan guiar el diseño centrado en el usuario.
2. Proponer recomendaciones de diseño: A partir de la información recabada y resultados obtenidos, proponer ajustes específicos para la mejora del diseño de los productos menstruales existentes, para que se adapten mejor a las necesidades de las usuarias.

HIPÓTESIS Y PREGUNTAS



Hipótesis y preguntas

H1: Los productos de higiene menstrual existentes no satisfacen plenamente las necesidades individuales de las usuarias.

H2: Hay una relación entre la experiencia de las usuarias con estos productos y la falta de perspectiva centrada en el usuario en el diseño de los mismos.

¿Cómo influyen las características formales de los productos de gestión menstrual en la comodidad percibida por las usuarias?

¿Cuáles son los principales desafíos experimentados por las usuarias al usar estos productos?
¿Cómo podrían abordarse mediante un diseño centrado en el usuario?

METODOLOGÍA



Metodología

Se planea trabajar con una metodología de tipo cualitativa que responde al carácter social e interpretativo que implica la temática. En base a lo expresado por Sampieri (2006), este método establece un proceso exploratorio y descriptivo, que logra el entendimiento de las acciones individuales de los participantes, lo cual resulta clave para poder construir conocimiento basado en las experiencias particulares de las mujeres.

Por un lado se comienza con un análisis sincrónico de los métodos de gestión menstrual, para contextualizar de manera descriptiva los productos existentes actualmente y establecer un panorama general de cómo se gestiona la menstruación en esta década.

Por otro lado, se realiza un abordaje histórico sobre la evolución de estos productos y sus antecedentes, mediante un análisis diacrónico. Con el objetivo de relevar los cambios a lo largo del tiempo y los aspectos tecnológicos, formales y culturales de dichos productos.

Teniendo en cuenta el primer objetivo particular, se llevaron a cabo grupos focales con usuarias de los diferentes productos. Las preguntas fueron semi-estructuradas, siguiendo un guión que fue mutando durante la entrevista de acuerdo con las respuestas obtenidas. El instrumento aplicado es una fusión entre el *Impulsores de Mejoras* y la *Guía para Entrevistas* proporcionados por el toolkit *Desarrollo e Impacto ¡Ya!* (2014).

Los grupos focales se constituyeron por no más de diez mujeres y se conformó por dos partes:

La primera consistió en una serie de preguntas y actividades rompe hielo que resultaron disparadoras de la temática. Las preguntas son graduales empezando por "Qué" y "Cómo" para luego profundizar con "Por qué", y dar lugar a la parte dos.

La segunda parte trata de preguntas más específicas sobre aspectos formales y de usabilidad. Se usaron siete categorías de preguntas para promover la reflexión sobre potenciales mejoras que puedan tener los productos en cuestión.

El instrumento se registró en todo momento, mediante toma de notas y grabación.

Además, se buscó que las participantes sean mujeres de variada edad, ocupación, barrio, nivel socioeconómico, etc; lo cual permitió nutrir la investigación con subjetividades y experiencias personales.

Limitaciones

Para complementar los hallazgos obtenidos a partir de la experiencia de las usuarias y la literatura existente, se intentó contactar a expertos en diseño de productos menstruales y a las empresas que comercializan en el mercado Uruguayo, para obtener perspectivas especializadas que pudieran enriquecer el análisis. Sin embargo, no fue posible acceder a ellos, lo que limitó el estudio en cuanto a la incorporación de ciertas visiones técnicas.

DESARROLLO



Desarrollo

Análisis diacrónico

A continuación se presenta un análisis diacrónico para comprender la evolución histórica de los métodos de gestión menstrual, con el objetivo de contextualizar y entender las razones detrás de la variedad de productos disponibles hoy en día.

Aunque es evidente que existieron importantes avances tecnológicos, estos se acumulan a principios del siglo XX, incluso el surgimiento de algunos productos se dio de imprevisto frente a la necesidad de resolver la situación con los elementos disponibles. Y cuando las mujeres tuvieron acceso a tecnología como la celulosa rápidamente se apropiaron del material para su cotidianeidad.

A su vez, el tabú social en torno a estos temas ha sido y sigue siendo un factor que influye profundamente en el desarrollo de este grupo de productos. En su evolución se distingue la cultura de la ocultación que menciona Sharra Vostral (Vostral, 2008 como se citó en Persdotter, 2022). Desde la etapa inicial de investigación, al testeo del prototipo, la introducción de los productos en el mercado y su posicionamiento.

Algo que se mantiene durante siglos es el estigma asociado, esta invisibilización ha limitado su progreso, afectando la posibilidad de innovación.

ANÁLISIS DIACRÓNICO:

PRODUCTOS DE HIGIENE/GESTIÓN MENSTRUAL A LO LARGO DE LA HISTORIA



Durante el **Imperio Romano** se sabe que las mujeres gestionaban su menstruación mediante vendajes de tela y tampones de lana que luego desechaban.

Se especula que los **vikings** podrían haber utilizado musgo de pantano.

En **África y Australia** utilizaban vendajes de pastos, fibras vegetales y cortezas, tanto para uso extravaginal como intravaginal. Mientras que en **Egipto** se adaptaban rollos de papiro ablandado.

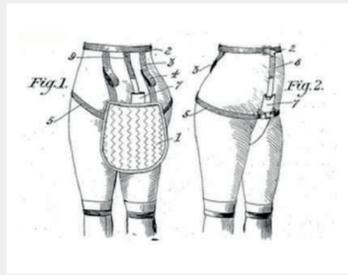


A su vez en Asia, por un lado en el **Japón Antiguo**, se aplicaban 8 a 12 tampones de papel por día, que se ajustaban con un vendaje llamado *kama*. Mientras que en **Indonesia**, se fabricaban tampones de fibras vegetales.

Durante siglos en **Europa y Estados Unidos** simplemente se escondía debajo de muchas capas de ropajes y eran los vestidos que finalmente absorbían la sangre.

Siglo XIX

A **finales del siglo XIX**, surge un dispositivo con forma de ligüero con cintura elástica. A este se le enganchaba un trapo mediante un cinturón con hebillas adelante y atrás. Este producto acompañó la transición a la ropa más entallada.



1896. Johnson y Johnson lanza la **primer toalla descartable**, hecha de algodón cubierto de gasa. Sin embargo, no se les permitió promocionarla y eso hizo que no llegaran a muchas mujeres y finalmente dejaron de producirlas.

Primera mitad Siglo XX

Durante la Primera Guerra Mundial, enfermeras francesas descubren que los materiales con celulosa que se usaban para las heridas de guerra, absorbían mejor la sangre que los trapos de telas.

En esta época se muestra aprensión ante la idea de que las mujeres entraran en contacto con los genitales durante la inserción del tampón.

1920. La empresa Kimberly-Clark lanza la primera toalla desechable exitosa bajo la marca *Kotex*. Esta se componía de celuloalgodón y gasa.



Sin embargo, hasta **1925** las mujeres aún usaban pañales lavables de tela de algodón o franela. Estos eran incómodos e irritaban la piel.

1927. Johnson y Johnson introduce las toallas *Modess*, impulsando el rubro y junto con Kotex posteriormente dominarán el mercado hasta 1961.

"Modess": Las mujeres podían recortar el aviso impreso y entregarlo discretamente en la farmacia, y a cambio recibían una caja casi sin marcas.

1930. Se patenta el tampón que conocemos hoy. Este estaba hecho de algodón comprimido con un hilo en el centro y el envoltorio era de papel. Al comienzo se fabricaban a mano para luego industrializarlos bajo la marca *Tampax*.

Existieron también métodos caseros como la esponja de cocina, que se cortaba en tiras y se utilizaba como un tampón.

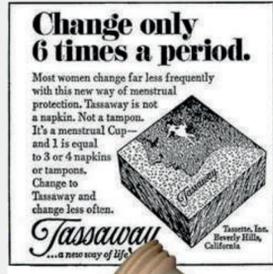
En EE. UU., las publicaciones de las primeras toallas venían con un cupón que podían entregar en las farmacias sin necesidad de hablar al comprar.

Segunda mitad Siglo XX

1970. Hasta ahora la estructura formal básica de las toallas se había mantenido. Es en este momento cuando surgen grandes innovaciones:

De 1940 a 1960 Tampax realiza continuos estudios para garantizar la seguridad del uso del tampón.

-Las *Stayfree Mini-pads*, estas eran más chicas e incluyen adhesivo para ajustar mejor a la ropa interior.



-La gran novedad que causó furor fueron las *alas*, láminas de plástico flexibles que rodeaban la ropa interior y fijaban la toalla.

-La verdadera innovación de esta era fue *Tassaway (Toss away)* la primera copita, desafiando todos los métodos conocidos hasta el momento.

Tasset Company of California lanza una copa plástica con forma de campana al revés que se dobla, se introduce dentro de la vagina y recolecta la sangre. Esta logra contener más sangre que un tampón común y aunque era reusable, las mujeres tendían a desecharla.



1975. Se presentan los tampones marca Rely, tenían forma de saquito de té y estaban rellenos de espuma de poliuretano que resulta ser altamente tóxico y se discontinúan en **1980**.



1979. Aumentan dramáticamente los casos de Síndrome del Shock Tóxico. En **1980** se da el mayor pico de casos, muchos mortales y recién se reducen en **1983** gracias a regulaciones y concientización.

Se descubre que el poliacrilato y el magnesio poliéster era lo que causaban el Síndrome del Shock Tóxico.

1985. Los tampones empiezan a variar su nivel de absorción "*super, regular, super plus*". Pero al no estar estandarizado, cada marca tenía su propio criterio. Incluso las formas de testeo eran diferentes, por lo que el *regular* de una marca no era igual que el de otras.

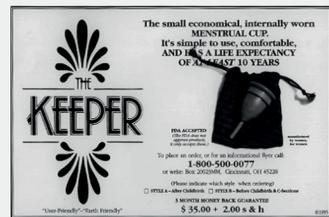
1986. Tampax anuncia que va a implementar un etiquetado del nivel de absorción, impulsando a las demás marcas, aunque sin una regulación oficial:



-Tampax y Kotex deciden usar el mismo estándar, *regular* (de 6 a 9 gramos) o *super*.

-Playtex y o.b. optan por usar una escala numérica.

Esta diferencia de criterios hace que los productos sean incomparables entre marcas, dificultando la elección de compra.



1987. Lou Crawford inventa *The Keeper*, una copita menstrual mejorada que posteriormente inspirará a las copitas disponibles actualmente.

Siglo XXI

2013. Presentan un tampón con un envoltorio más blando y silencioso, diseñado para una apertura silenciosa.



Actualmente se encuentra en fase experimental la técnica de "Period Extraction", se inserta una cánula en el útero y se extrae todo el contenido menstrual. Sin embargo todavía presenta riesgo de infección y lesión del tejido.

Análisis sincrónico

Mediante un análisis sincrónico, se identificaron y compararon las características de cada producto disponible en el mercado uruguayo. Las opciones trabajadas fueron las toallas descartables, toallas de tela, tampones, copa menstrual y bombacha menstrual.

Asimismo, aunque se encontraron otros métodos como el disco menstrual, el colector menstrual (en versiones descartables y reutilizables) y la esponja, estos no estaban disponibles para la compra en Uruguay al momento de realizar el proyecto, motivo por el cual no se incluyeron en este análisis.

Se analizaron los productos identificando que su objetivo es el mismo: gestionar el sangrado menstrual. A su vez se clasifican sus características bajo estos criterios: *vida útil, interacción producto-usuario, interacción sangre-producto, fabricación y materiales*. Adicionalmente se realiza un relevamiento y observación de cada uno, incluyendo variantes y packaging.

Se presta especial atención a las certificaciones obtenidas por cada producto; sin embargo, pocas marcas las explicitan claramente. Algunas solo las mencionan en el empaque, sin detallar su alcance, y otras únicamente en su sitio web, lo cual tampoco ofrece suficiente claridad; por ejemplo la frase “dermatológicamente probado” se encontró en varios productos pero sin evidencia de su veracidad.

Las certificaciones son una garantía fundamental para la reputación de la marca y la confianza del cliente, por lo que su escasez resultó una sorpresa desfavorable, y se pone en duda la consistencia y la universalidad de los estándares de calidad en el rubro.

Al final de este análisis se presenta un resumen de la información obtenida en forma de tabla comparativa, para así tener una visión global de la herramienta.



TOALLA

DESECHABLE

REUTILIZABLE

INTRAVAGINAL

EXTRAVAGINAL

ABSORCIÓN

CONTENCIÓN

INDUSTRIAL

ARTESANAL

MATERIALES:

Celulosa, poliacrilato de sodio, polietileno, cinta siliconada, adhesivos, fragancia y tinta.

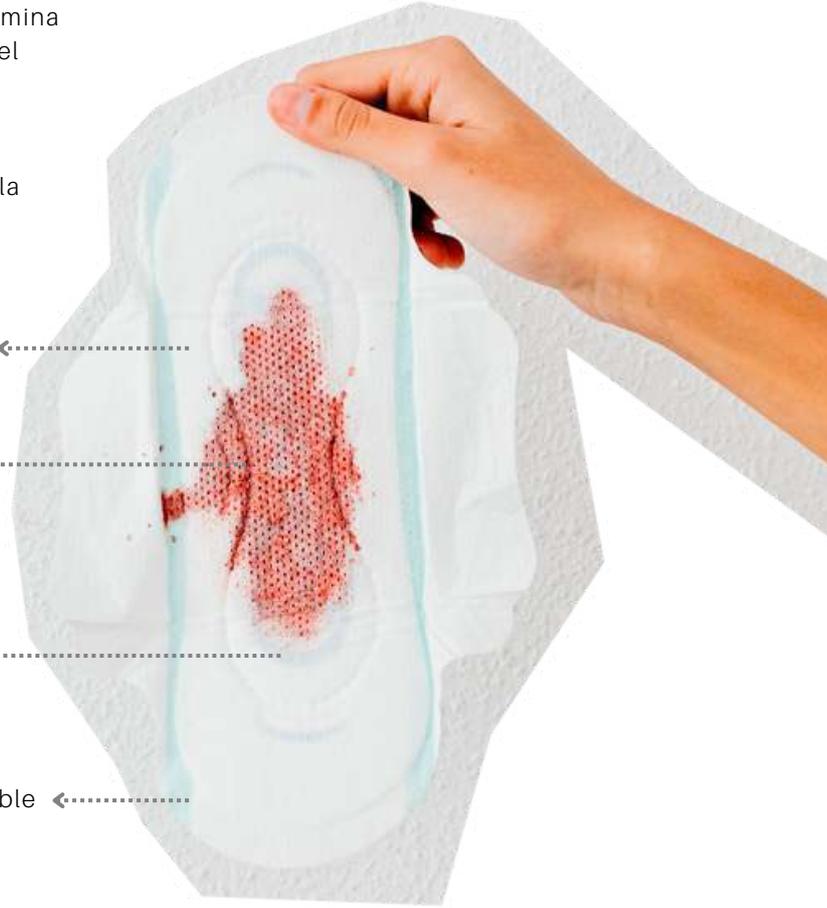
CERTIFICACIONES:



DESCRIPCIÓN

Dichos materiales se comprimen formando una lamina absorbente que mediante adhesivo se coloca en el interior de la bombacha.

Las "alas" son partes que sobresalen de la pieza principal para abrazar la ropa interior y aumentar la capacidad de sujeción.



VARIACIONES

- Los "protectores diarios", son mas cortos, angostos y sin alas, ideados para utilizar más allá de los días de menstruación.
- Denominadas "nocturnas", son las largas y anchas pensadas para dormir con ella y los movimientos corporales en la noche.
- Dedicadas a la actividad física, denominadas "active" o "sport", suelen ser más comprimidas y con tecnología antihumedad.
- Tipo tanga, para utilizar con esta prenda, son angostas en la zona trasera.
- Zonas plásticas con estampas decorativas y/o frases motivacionales.
- Con y sin perfume
- De algodón 100% orgánico



PACKAGING



Generalmente se ofrecen "promociones" por la compra de varios paquetes.





TOALLA

DESECHABLE

REUTILIZABLE

INTRAVAGINAL

EXTRAVAGINAL

ABSORCIÓN

CONTENCIÓN

INDUSTRIAL

ARTESANAL

MATERIALES:

Tela (algodón spandex, polyester, PUL), broches plásticos o metálicos

CERTIFICACIONES:



DESCRIPCIÓN

Se compone de varios tejidos que se superponen cosidos, formando una lamina absorbente que mediante botones se apoya en el interior de la bombacha.

Las "alas" son partes que sobresalen de la pieza principal para rodear la ropa interior y sujetarse a ella.

- 
- Botones de sujeción
 - Método de absorción, de 3 a 5 capas de tela
 - Capa inferior impermeable

VARIACIONES

- Tamaños según la ropa interior, por ejemplo tipo tanga, son más angostas en la zona trasera.
- Colores y estampados
- Tipos de tela
- Cantidad de botones



PACKAGING

Debido a que se fabrican artesanalmente, el packaging varía según el lugar o persona que lo comercializa.



Esta es la única versión industrializada disponible en Uruguay, en el momento en que se realiza este trabajo aún no está disponible su venta.



TAMPÓN

- DESECHABLE REUTILIZABLE
- INTRAVAGINAL EXTRAVAGINAL
- ABSORCIÓN CONTENCIÓN
- INDUSTRIAL ARTESANAL

MATERIALES:

Fibras de rayón y algodón, envoltura de polipropileno/polietileno, cordón de algodón o poliéster, hilo de algodón y/o poliéster.

CERTIFICACIONES:



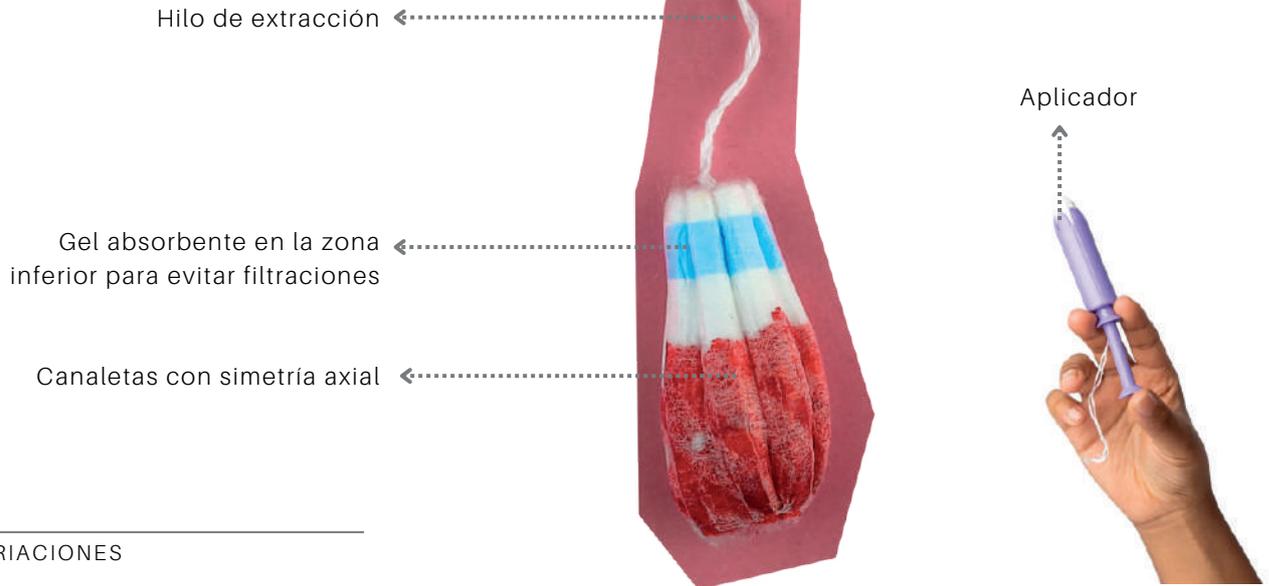
Para tampones orgánicos Pink Lady



DESCRIPCIÓN

Dispositivo en forma de bala, que se introduce en la vagina, este se expande a medida que absorbe la sangre menstrual.

Contiene un hilo sobresaliente del mismo material. Su función es quitar el producto tirando de él.



VARIACIONES

- Dedicados a la actividad física, denominados "active" o "sport", suelen ser más comprimidos y con tecnología antihumedad.
- Clasificados según cantidad de flujo/capacidad de absorción: mini, medio y super, pero depende de cada marca.
- Algunas marcas ofrecen versiones con Aplicador: un dispositivo plástico que ayuda a su colocación.
- 100% algodón orgánico



PACKAGING



→ Packaging primario
plástico sellado, con
estampado decorativo

Packaging secundario,
caja de cartón, estampado
informativo





COPA MENSTRUAL

DESECHABLE

REUTILIZABLE

INTRAVAGINAL

EXTRAVAGINAL

ABSORCIÓN

CONTENCIÓN

INDUSTRIAL

ARTESANAL

MATERIALES:

Silicona médica

CERTIFICACIONES:



DESCRIPCIÓN

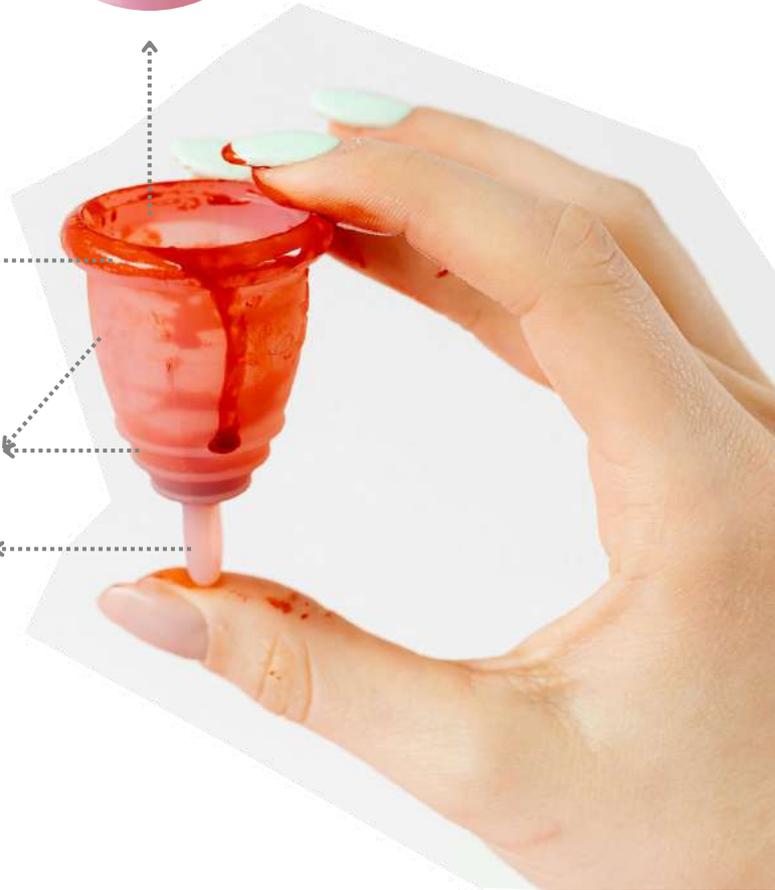
Dispositivo de silicona con forma de copa. Este se pliega y se introduce en la vagina, genera un vacío al ajustarse contra la pared vaginal y contiene la sangre menstrual.

Rabito o cabo: En la base ofrece una agarre para facilitar la extracción.

La copa no es descartable, esta debe enjuagarse cada vez que se termina de usar y debe esterilizarse hirviéndola luego de cada ciclo.



Agujeros de succión:
Orificios de 1mm aprox.
en toda su circunferencia
que dejan entrar el aire y
lograr el vacío



Reborde abultado ←

Surcos y hendiduras antideslizantes
para ceñirse a las pared vaginal ←

Agarre de extracción ←

VARIACIONES

- El agarre para extracción varía según la marca
- Colores
- Tamaños: S/M para personas que no hayan tenido un parto y L para personas que sí.
- Si bien la forma en general se mantiene, cada marca ofrece ligeras variaciones en este aspecto.
- Líneas de medición, para controlar cantidad de flujo
- Plegables



PACKAGING

Packaging primario,
bolsita reusable con cierre



Packaging secundario,
caja de cartón



*Algunas vienen con un vaso
esterilizable, para que al esterilizarla
esta no esté en contacto con recipientes
que puedan tener otros usos.





BOMBACHA MENSTRUAL

DESECHABLE

REUTILIZABLE

INTRAVAGINAL

EXTRAVAGINAL

ABSORCIÓN

CONTENCIÓN

INDUSTRIAL

ARTESANAL

MATERIALES:

Algodón con tratamiento antibacterial, anti olores y respirable. Tela Microfibra/Algodón. Capa "Anti fugas" con tela termoestable.

CERTIFICACIONES:



DESCRIPCIÓN

Tiene el aspecto de una bombacha regular pero está diseñada específicamente para absorber el flujo menstrual sin necesidad de productos adicionales como toallas o tampones.

Incluye varias capas, capa exterior en la zona del abdomen con materiales elásticos y flexibles; capa absorbente en la base donde se captura la sangre; capa impermeable para cubrir la zona húmeda y evitar filtraciones.

Detalles estéticos con tejidos traslucidos, encaje, etc. ←

Terminaciones y selección de telas cómodas y frescas ←

Zona de absorción, de 3 a 5 capas de tela ←

Capa inferior impermeable ←



VARIACIONES

- El estilo puede variar entre bikini, culotte, etc.
- Colores y estampados
- Tipos de tela
- Capacidad de absorción
- Talles



PACKAGING

Debido a que se fabrican artesanalmente, el packaging varía según el lugar o persona que lo comercializa.



→ Esta es la única versión industrializada disponible en Uruguay, al momento en que se realiza este proyecto.

	VIDA ÚTIL		INTERACCIÓN USUARIO-PRODUCTO		INTERACCIÓN SANGRE-PRODUCTO		FABRICACIÓN		MATERIALES
	Desechable	Reutilizable	Extravaginal	Intravaginal	Absorción	Contención	Industrial	Artesanal	
TOALLA									Celulosa, poliacrilato de sodio, polietileno, cinta siliconada, adhesivos, fragancia y tinta.
TOALLA DE TELA									Tela, broches plásticos o metálicos
TAMPÓN									Fibras de rayón y algodón, envoltura de polipropileno/polietileno, cordón de algodón o poliéster, hilo de algodón y/o poliéster.
COPITA									100% Silicona médica
BOMBACHA MENSTRUAL									Algodón con tratamiento antibacterial, anti olores y respirable. Tela Microfibra/Algodón. Capa "Anti fugas" con tela termoestable.

RESULTADOS



Resultados

Grupos focales

Parte 1

En la primera parte se busca romper el hielo y traer los primeros disparadores del tema. Se presentan los métodos de higiene menstrual disponibles en Uruguay (Toalla descartable, toalla de tela, tampón, copita, bombacha menstrual), para que las participantes identifiquen el/los que utilizan.

A continuación se solicita que las participantes dibujen el método de higiene que utilizan, con el fin de desconstruir el ambiente y revelar percepciones e ideas que tienen sobre estos objetos. Mientras dibujan vamos profundizando en el tema para descubrir motivaciones y preocupaciones.

Finalmente nos enfocamos en las ventajas y desventajas de los objetos en cuestión, permitiendo que las usuarias comenten por qué prefieren el método que utilizan y por qué lo dibujaron de esa forma.

<p>1. Mostrame 10 MINUTOS</p>	<p>2. Dibujalo 10 MINUTOS</p>
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Romper el hielo -Generar disparadores del tema <p><u>Solicitar a las entrevistadas que te muestren el producto de gestión que ellas utilizan.</u></p> <p>Se les puede pedir previamente que ellas lo traigan, o proporcionárselos en el momento. Puede ser mediante fotografías impresas.</p> <p>Permitir que las entrevistadas cuenten libremente y se abran sobre su métodos de higiene menstrual</p>	<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Descontracturar ambiente -Revelar percepciones e ideas <p><u>Solicitar a las entrevistadas que dibujen el producto de gestión que utilizan.</u></p> <p>Se proporcionan hojas y lapiz/lapicera/marcadores/colores (ofrecer variedad de elección para más comodidad), y sin ver el objeto, deberán dibujarlo detalladamente.</p>
<p>2.2 Pensá en voz alta 10 MINUTOS</p>	<p>3. Sé específico 10 MINUTOS</p>
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Meterse más en el tema -Descubrir motivaciones, preocupaciones <p><u>Mientras dibujan.</u></p> <p>Hacer que describan en voz alta lo que piensan sobre la higiene menstrual, sobre el producto que están dibujando y cómo lo están haciendo.</p>	<p><u>Pedir que sean más específicas.</u></p> <p>Preguntar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Por qué prefieren ese producto. -Por qué lo dibujaron de esa manera. -Ventajas y desventajas de ese producto <p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Profundizar -Focalizar para dar paso a la parte 2

Esta actividad plástica logró que la charla fluyera, las participantes se distendieron y casualmente describieron la situación de uso y la morfología del método que ellas prefieren.

Para organizar la información recabada se clasifica en cinco criterios: *motivo de uso, lugar de uso, estrategias de adaptación, desventajas y uso extraordinario*; aplicados a los métodos de gestión.

	TOALLA DESCARTABLE	TOALLA DE TELA	TAMPÓN	COPITA	BOMBACHA MENSTRUAL
MOTIVOS DE USO	<ul style="list-style-type: none"> Fue el primer producto conocido. Como precaución adicional en días de flujo abundante, junto con el uso de la copa. Elegido por descarte. Evitar el uso de productos internos. Comodidad Practicidad Economía 	<ul style="list-style-type: none"> Como precaución adicional en días de flujo abundante, junto con el uso de la copa. Cuidado del medio ambiente (evitar desecho). 	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de sumergirse en agua Por su absorción, no filtra. 	<ul style="list-style-type: none"> Alergia a las toallas. Cuidado del medio ambiente (evitar desechos). Comodidad. Practicidad. Higiene. Capacidad de uso prolongado durante varias horas. Es posible dormir con ella puesta. Posibilidad de ver el estado de tu sangre. 	<p>No se encontraron usuarias de la bombacha menstrual, sin embargo la charla y la posibilidad de manipular el objeto permitió el debate sobre sus características y opiniones sobre su posible uso.</p> <p>Algunos aspectos mencionados fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> La necesidad de lavarla constantemente. El calor que podía generar la prenda. La capacidad de absorción de los materiales y el tiempo de uso antes de que se filtre o traspase la sangre a las prendas externas. Sus características estéticas
LUGAR DE USO	En cualquier actividad pero especialmente en sus casas.	Únicamente en casa.	<ul style="list-style-type: none"> Piscina/Playa Cuando no se tiene acceso a la copa 	En cualquier actividad, especialmente actividad física y en ocasiones donde la usuaria estará muchas horas fuera de casa.	
ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Colocado plegado entre los glúteos para su uso con ropa interior tipo tanga. Uso de dos unidades de manera desfasada para mayor cobertura. 		Se complementa de manera externa con papel higiénico	<ul style="list-style-type: none"> Se complementa su uso con Toalla diaria, Toalla de tela o papel higiénico. Reposar en agua caliente para entibiarla y ablandarla, facilitando la introducción a la vagina. Cortarle la extensión inferior (zona de agarre). 	
DESVETAJAS	<ul style="list-style-type: none"> Algunas lo consideran antihigiénico La cantidad de desecho que producen. Sensación de humedad en la zona vaginal. Muchos pasos y piezas: desde su apertura, el uso, hasta el desecho. Contiene materiales alergenicos Zona adhesiva muy fina, alitas se pegan, toalla se corre. Adhesivo muy pegajosos y difícil de quitar de la ropa interior. 	<ul style="list-style-type: none"> Sujeción no muy firme. Necesidad de lavado constante. Material queda percutido y manchado luego de varios usos, a pesar del lavado. 	<ul style="list-style-type: none"> No es posible dormir con el tampón puesto. Barre las paredes del canal vaginal. 	<ul style="list-style-type: none"> Filtración: necesidad de complementar con métodos de absorción. No vale la pena usarla en etapas de poco flujo. Precio elevado. A largo plazo puede resultar más económico pero en caso de que a la usuaria no le resulte, la inversión se transforma en gasto. 	

	TOALLA DESCARTABLE	TOALLA DE TELA	TAMPÓN	COPITA	BOMBACHA MENSTRUAL
<p><i>USO EXTRAORDINARIO</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza después de defecar. • Sonarse la nariz. • Hemorragia nasal. • Desmaquillante. • Abajo de la axila para absorber la transpiración y no manchar la ropa. • Pezonera para mamas en período de lactancia. • Protector para que la puerta no marque la pared. • En zapatos para evitar heridas o moldear calce. • Relleno de ajuste en tambor. 		<ul style="list-style-type: none"> • Hemorragia nasal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Shot de tequila/ brindis • Medidor para cocina 	

Toalla descartable

La toalla femenina parece ser el producto introductorio a la menstruación, es decir al que las usuarias acudieron en la menarca, para luego quizás comenzar a incursionar en otras opciones. Aunque es el método más popular y algunas lo describen como cómodo y práctico, otras lo eligen por descarte, por su condición de uso extravaginal o por ser una de las opciones más económicas. Asimismo, uno de los usos más compartidos fue el de complementar al uso de la copa, con el fin de absorber pequeñas filtraciones de sangre que la copa no logra contener.

Este es uno de los métodos de gestión menstrual que se utiliza en cualquier actividad, incluyendo actividad física y largas jornadas fuera de casa, pero especialmente en la comodidad del hogar. Teniendo en cuenta que existe una amplia variedad de toallas, especializadas en algunas actividades, modificando su tamaño, grosor, forma y absorción.

Aún así, las usuarias desarrollaron estrategias para adaptar las toallas a sus preferencias de ropa interior, a su flujo, dependiendo el momento del período menstrual, etc.

También se encuentran desventajas en el uso de este producto:

- El desecho del mismo no está indicado en ninguna parte del producto, en ninguna de las marcas relevadas. Curiosamente existe un proceso de descarte común, que parecería estar sobreentendido por gran parte de las usuarias, este requiere varios pasos y esencialmente consiste en enrollar la toalla usada y formar una suerte de embalaje con parte del packaging de la nueva toalla.
- Sensación de humedad en la zona vaginal. Este factor depende en primer lugar de cada cuerpo, y en segundo lugar de los materiales y calidad de la toalla. En este caso las marcas parecen tenerlo en consideración, proponiendo versiones con ciertos geles y nivel de absorción que evita dicha humedad.
- Zona adhesiva muy abrasiva y pegajosa. Las entrevistadas acusan que si bien el adhesivo es clave para que la toalla no se mueva, este queda adherido a la ropa interior y que al pegarse las alas estas no pueden despegarse sin terminar rompiendo el producto.

Finalmente, al analizar las respuestas frente a un uso extraordinario de la toalla femenina, se nota como consideran al producto un objeto limpio que pasarían por cualquiera de sus zonas íntimas y su cara. Al mismo tiempo se la relaciona con la contención de líquido y se menciona su esponjosidad y resistencia.

Toalla de tela

La toalla reutilizable fue por lejos el producto menos popular, las pocas mujeres que dijeron utilizarlo fue para complementar el uso de la copa, como opción más amigable con el medio ambiente, pero su uso era únicamente en la casa.

Sin embargo, todas las entrevistadas estaban en conocimiento del producto y dieron su opinión al respecto.

Las desventajas que se encuentran son:

- La sujeción. Esta consiste en un botón en las alas de la pieza, que abrazan la ropa interior.
- La necesidad de lavarla luego de cada uso, por lo que es necesario tener más de una unidad en un mismo día.
- Aunque el lavado sea eficiente y correcto los materiales van quedando percutidos con el tiempo.

Tampón

El motivo principal que se descubre para el uso del tampón es la necesidad de sumergirse en el agua. Algunas usuarias comentan que lo usan "si no tengo otra" al tener que meterse en la playa o en la piscina, entendiéndose que ningún otro método les es útil para esta actividad específica.

Aunque destacan su poder de absorción, algunas lo complementan con papel higiénico en la ropa interior, por temor a pequeñas filtraciones.

Si bien el tampón no presenta grandes dificultades en su uso, posee deficiencias graves:

- Uso intravaginal, no todas las mujeres están dispuestas a este tipo de uso, ya sea por elección, comodidad o dolores menstruales. Es real que el producto es rígido y el algodón es seco y al deslizar por el canal vaginal, barre sus paredes.
- Tiene un límite de tiempo en el que puede estar dentro del cuerpo antes de provocar una posible infección. Esto no solo hace que no se pueda dormir con él, sino que la usuaria debe prestar cuidadosa atención al momento de cambiarlo y no olvidarse, ya que las consecuencias pueden ser muy graves para su salud.

Por otro lado, como uso extraordinario se mencionó únicamente la hemorragia nasal, es decir introducir el tampón en la nariz sangrante para absorber dicha sangre. Es interesante ver como con la toalla surgieron decenas de usos alternativos, y en este caso solo pueden pensar en la introducción del mismo y la absorción de sangre, sin poder aislar al objeto de su función principal.

Este motivo y el hecho de que tampoco modifiquen su forma o adapten su uso, podrían ser fuertes indicadores del sentido de apropiación que tienen por este producto en comparación con los demás.

Copita

Si bien la copa fue introducida al mercado en los 70's, a Uruguay llegó recientemente y tomó su tiempo para darse a conocer y posicionarse. Muchas de las usuarias se animaron a probarla y comentan haber cambiado su vida desde ese momento, no es un producto que se elija por descarte como sí lo es el tampón.

Fue gracioso ver a estas mujeres realmente entusiasmadas al hablar de su copita y de todos los beneficios que le encontraban. Era como si las usuarias de la copa predicaran su uso, e intentaban persuadir a las demás, contando las maravillas que encontraban en ella.

Algunos de los motivos por los que la eligen son el bajo impacto que tiene sobre el medio ambiente, la comodidad y la posibilidad de tenerla dentro del cuerpo por hasta 12 hs, lo que permite dormir con ella y realizar actividades por varias horas sin necesidad de cambiarla. Este último punto es determinante para el habitar actual, donde las usuarias trabajan, estudian, se transportan y pueden estar fuera de su casa o no tener acceso a un baño durante varias horas.

Particularmente, este es el único método de higiene menstrual que permite ver el estado de la sangre, su función de contenedor hace que la sangre permanezca allí y no sea absorbida como en los demás productos. Se ve como una ventaja saludable el poder ver la consistencia, color, coágulos y demás.

En cuanto a las estrategias de uso, por supuesto que cada cuerpo tiene sus particularidades, por lo que algunas la complementan con toallas descartables diarias para absorber las filtraciones y evitar mancharse, ya que entienden que aunque esté bien colocada, un poco de sangre se filtrará igual. Formalmente varias cortan la extremidad inferior para más comodidad.

Ahora sí, ¿acaso la copa tiene aspectos negativos?, por supuesto que sí, si bien tiene reseñas positivas en demasía, también deja inconformidades:

- Filtraciones, es popular la necesidad de complementar con otro producto para evitar mancharse, ya que un mínimo porcentaje de sangre parece filtrarse por las paredes de la copa.
- Algunas comentan que no vale la pena utilizarla por días de poco flujo.
- Se plantea que no es económica, algunas entrevistadas mencionan que en caso de no resultar efectiva, habrían gastado un alto monto en vano. Aunque en caso de que sí resulte, el gasto se convertiría en una inversión.

Al introducir la pregunta sobre el uso extraordinario, las primeras respuestas de casi todas las usuarias fue un shot de tequila o un brindis, lo cual habla de como tienen en mente la contención, que en definitiva es la esencia de este producto.

Bombacha menstrual

Lamentablemente entre las entrevistadas no se encontraron usuarias de la bombacha menstrual, sin embargo como se menciona en la tabla, la presencia del producto en la mesa permitió el intercambio de opiniones y prejuicios acerca de ella, y definitivamente enriqueció el debate en general sobre los demás métodos.

Parte 2

En la segunda parte de la actividad se profundiza en los aspectos morfológicos y matéricos. Para que las participantes logren identificar estos detalles se proponen preguntas sobre sustitución de partes o materiales, combinación de características entre productos, adaptaciones y modificaciones, maneras de simplificación, las dimensiones propuestas fueron las siguientes:

Sustituye	Combina	Adapta	Modifica	Pon en otros usos	Elimina	Reacomoda
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué materiales sustituirías? • ¿Qué otros materiales usarías en ese producto? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué pasaría si combinaras dos productos? • ¿Qué aspectos formales podrían combinarse entre productos? • ¿Cómo podrías combinar estas características para hacer tu producto perfecto? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo adaptas el producto para que te resulte más cómodo o efectivo? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué le agregarías a este producto para que fuera más cómodo? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Para qué otra cosa usarías este producto? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo lo simplificarías? • ¿Qué elementos podrías quitarle? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué pasaría si no lo conseguís más? • ¿Cómo adaptarías tu rutina de gestión menstrual?

Además, para continuar con el ambiente distendido, se proponen dos consignas particulares: por un lado pensar usos extraordinarios para estos objetos (*Pon en otros usos*) y por otro qué harían si ninguno de los métodos de higiene menstrual actuales existieran (*Reacomoda*). Así las participantes lograron separar las funciones básica de cada uno como lo son la absorción y la contención.

Cada categoría brinda una perspectiva diferente de los productos, el objetivo es obtener un panorama de cómo son percibidos estos productos y cómo pueden mejorar, la idea de aplicar las siete categorías es provocar preguntas y poder abrir el abanico de cuestionamientos sobre los productos de gestión menstrual.

Para organizar la información obtenida en esta parte se clasifica en dos criterios: *material* y *forma*; aplicados a los métodos de gestión menstrual.

	TOALLA DESCARTABLE	TOALLA DE TELA	TAMPÓN	COPITA	BOMBACHA MENSTRUAL
MATERIAL	<p>Preocupa que no sea compostable o biodegradable.</p> <p>Se critica la cantidad de plástico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • por el ruido que hace • por su contaminación • por la cercanía a la vagina <p>Questionan las toallas con perfume.</p> <p>Aunque se aprecia la sujeción, se pone en duda el adhesivos, la reducida zona donde se encuentra y que no es lavable.</p>		<p>Preocupa que no sea compostable o biodegradable.</p> <p>Se critica fuertemente la sequedad y abrasividad del algodón, el desprendimiento del mismo y su proceso de blanqueamiento.</p>	<p>Si bien se reconocen mas ventajas que desventajas, se observa desconformidad con filtraciones y la textura resbalosa exterior de la copa.</p>	<p>Se observa desconfianza respecto a los tejidos y a su capacidad de absorción en relación a la de cantidad de sangre y tiempo de uso.</p>
FORMA	<p>Necesidad de toallas diarias de menor tamaño para filtraciones.</p> <p>Se proponen mejoras en el packaging tanto individual como de varias unidades.</p> <p>Se haya popularidad en las toallas para ropa interior tipo tanga.</p>		<p>Proponen modificar el hilo, haciéndolo más corto o cambiando su forma. No se cree tan necesario para su uso.</p>	<p>La filtración es una clara falencia en la copa, aunque es multicausal, su morfología es una de ellas.</p>	<p>Destacan sistema para cambiar la zona absorbente.</p> <p>Criticán estéticamente la forma de la bombacha.</p>

Toalla descartable

En términos de materialidad se critica principalmente la cantidad de plástico y polímeros y que el producto no sea amigable con el medio ambiente, considerándose amigable objetos compostables, biodegradables, o de orígenes menos contaminantes. En el mercado se encontraron variaciones compuestas de algodón orgánico pero son versiones nuevas que las participantes desconocían.

Respecto de este tema se encontró únicamente una certificación correspondiente al packaging externo, que indica ser un polímero reciclable, pero es únicamente para esa parte del producto.

Se pudo notar la preocupación en lo que respecta al plástico no solo por la contaminación sino por la cercanía que tiene este agresivo material a la vagina, el cual puede producir alergias, irritaciones y otras molestias.

Además, uno de los elementos más destacables es que criticaban el material por el ruido que hace al manipularlo, al abrir el paquete y al quitar las partes para colocarlo. Lo mencionan especialmente al momento de cambiarse en baños públicos, donde podrían ser escuchadas por un otro.

Entonces se vuelve a poner sobre la mesa el concepto de ocultación que explica Sharra Vostral (Vostral, 2008 como se citó en Persdotter, 2022), y aquí la cuestión que surge es si ¿Deberíamos considerar este un error en el diseño del producto? ¿o es un daño colateral que sufre el producto como parte del estigma que carga la menstruación?. Si se considera sustituir por un material más silencioso, sería quizás una forma de perpetuar la cultura de la ocultación y alimentar el tabú, pero al mismo tiempo parecería ser un deseo que tienen las usuarias.

En cuanto a la forma, esta se conserva desde el origen de las toallas femeninas, y acompañan la lógica de los paños y telas que se utilizaban en la antigüedad. En los grupos focales no parecen haber comentarios negativos, ya que existe una enorme variedad dedicada al tipo de ropa interior y a la actividad a realizar. Por supuesto que este punto está ligado a cada cuerpo, y como se mencionó anteriormente existen estrategias de adaptación morfológica que cada usuaria aplica a su gusto.

Las opiniones sobre las toallas descartables dejan la sensación de que las usuarias la conocen a la perfección, las manipulan y observan en profundidad, lo cual remarca el sentido de apropiación que en el caso del tampón parecía casi nulo.

Tampón

Una vez más se expresa negativamente el final de su vida útil y la generación de un desecho que durará cientos de años en descomponerse. Al discutir el material del tampón surge cierto rechazo hacia el producto, por la sequedad del algodón que incomoda en la colocación, y lo abrasivo que resulta al deslizarlo por el canal vaginal. Por último se habló sobre el proceso de blanqueamiento que tiene el algodón, teniendo en cuenta que se utilizan fuertes químicos que a algunos cuerpos les provoca picazón, alergias, entre otras afecciones.

En el mercado se encontró una marca de tampones de algodón orgánico pero ninguna de las usuarias tenía conocimiento del mismo, a pesar de ser el único tampón con una certificación internacional.

Al compartir sobre su forma, lo primero que se menciona es el hilo y las numerosas leyendas que existen sobre personas que rompen el hilo accidentalmente y no logran quitarse el tampón de manera autónoma. Puede ser que el mecanismo para quitar el tampón tenga oportunidades de mejora en términos de diseño.

Copita

La copa es uno de los pocos productos menstruales que cuenta con una certificación, en este caso es la de "libre de BPA", ya que es una silicona médica apta para el contacto con el cuerpo humano y sus mucosas. Aún así las usuarias veían como una desventaja que ese material fuera tan resbaloso ya que creían que podía contribuir a las filtraciones de sangre.

Este defecto también puede deberse a su forma, ya que cada cuerpo es diferente y una misma forma no puede adaptarse a todos los cuerpos, de todas formas existen diferentes marcas y ellas varían levemente algunas características formales.

Bombacha menstrual

En el debate surge desconfianza al notar que los tejidos no eran tan gruesos, y se cuestionó su capacidad de absorción pensando en la cantidad de flujo y el tiempo de uso continuo del producto; como también la posibilidad de que concentre altas temperaturas y de sensación de calor.

En cuanto a la forma obviamente es atractivo el hecho de que sea como cualquier ropa interior, y llamó la atención que la zona de absorción era desarmable para mejor lavado. No les pareció linda estéticamente por ser amplia, aunque eso varía en los talles y existen diferentes tipos incluso con detalles decorativos como encaje.

Teniendo en cuenta que ninguna de las entrevistadas hizo uso efectivamente de la bombacha menstrual, es entendible que lo desconocido genere desconfianza en el primer encuentro. Podría ser diferente o no si probaran hacer uso de ella.

REFLEXIONES FINALES



Reflexiones finales

Interpretación de resultados

Iniciamos con el análisis diacrónico para contextualizar este rubro y luego entender el por qué de los productos disponibles actualmente. Si bien se destacan los avances tecnológicos, notamos como muchos de los grandes hitos fueron fenómenos informales y respuestas a necesidades urgentes en vez de procesos organizados y sistematizados.

Al mismo tiempo, se detecta que el tabú fue y es un factor que afecta el desarrollo de este rubro, desde la investigación de los mismos, el prototipado y la inserción en el mercado.

A partir de la búsqueda de los productos de higiene menstrual en el mercado uruguayo, se hallaron toalla descartable, tampón, copita, bombacha menstrual y toalla de tela; cabe destacar que este último es fabricado artesanalmente y recién a fines de este año fue lanzada la preventa de opciones industrializadas, lo cual dificulta su adquisición en comparación con las opciones demás opciones.

Aunque se encontraron métodos como el disco menstrual y la esponja, estos no se hallaron disponibles para su compra en Uruguay y por eso no se consideraron en el trabajo.

Mediante el análisis sincrónico se compararon las características de cada producto. Es innegable que existe una gran variedad y cada uno cumple el mismo objetivo desde diferentes abordajes, tanto en función, fabricación, materialidad y demás.

Por otro lado, en los grupos focales se abordaron varias aristas en lo que respecta a los productos de gestión menstrual, principalmente enfocado en su materialidad, forma y situación de uso.

Se encuentra que gran parte de las participantes han probado casi todos los métodos disponibles, aunque la toalla descartable es la más utilizada, considerando sus variantes por actividad, flujo, tamaño, etc. Cabe destacar que el primer acercamiento a estos productos es a través de la toalla, como método "default", más tarde es que comienza la experimentación a causa de varios motivos como la comodidad, economía, medio ambiente, actividades en el agua, etc.

Las actividades y lugares en donde se desarrollan son un factor clave al momento de elegir el método de higiene, es allí donde surgen necesidades que tienen que ver con lo que las rodea y la actividad, más allá de la propia necesidad de sus cuerpos. Un ejemplo claro son los baños públicos, donde se presenta cierta incomodidad al tener que higienizarse, cambiarse, desechar el producto, o en caso de los lavables hacerlo allí, ya que estos espacios fueron pensado por y para varones, y no están preparados para los procedimientos que involucra el ciclo menstrual. Además de tener que prever el acceso a un baño durante determinado período de tiempo.

Aún así las usuarias resuelven la situación e incluso desarrollan estrategias para satisfacer sus necesidades y habitar la menstruación de la manera más amena posible, mientras continúan con sus rutinas diarias, sumándole dolores, cansancio, y demás síntomas.

Hay un claro sentido de apropiación de estos productos (especialmente de la toalla descartable), que habla muy bien en términos de centralidad en el usuario. Las mujeres parecen conocerlos muy bien, e incluso lograr adaptarlos a sus necesidades particulares, como lo es el flujo abundante, la comodidad, el tipo de ropa que prefieren y la actividad que van a realizar.

Finalmente, no se puede dejar de mencionar la carga mental que la situación de gestionar la menstruación lleva consigo, en los grupos focales se mencionaron variedad de preocupaciones respecto del impacto sobre el medio ambiente y la gran cantidad de desecho por mes, el pudor de mostrar uno de estos productos en público, en conjunto con el ruido que hacen al manipularlo, la cantidad de pasos que lleva el momento de higienizarse ellas mismas, adicional al desecho o lavado que requiere cada producto. Estas y más inquietudes toman la atención de las usuarias quienes están pasando a veces por días de mucho dolor, y esto les requiere una energía extra. Especialmente en espacios donde no se sienten totalmente cómodas y seguras.

Ética en el diseño

Relacionado a esto surgen dos cuestionamientos que no estaban inicialmente propuestos en este trabajo, no obstante, representa un elemento determinante en dicha carga mental y en el habitar de las mujeres con el proceso de menstruar y su gestión.

Por un lado la reflexión parte de la preocupación que tienen las usuarias por la cantidad de desechos y contaminación que produce el uso de productos descartables en su período menstrual. Pero, ¿son las usuarias quienes deben adjudicarse esta problemática?, ¿son ellas quienes deben resolver utilizar menos unidades del producto o buscar alternativas menos contaminantes? ¿o son las empresas quienes deben tomar completa responsabilidad sobre los productos que ofrecen?

La realidad es que los métodos de gestión menstrual más conocidos y populares son descartables, y los métodos reutilizables aún presentan falencias y no están tan posicionados en el rubro. Adicionalmente, la mayoría de las empresas y especialmente las empresas líderes solamente ofrecen alternativas descartables que si bien innovan en ellas, no atienden el impacto que tiene su desecho.

Quizás los diseñadores de estas empresas se están limitando a innovar en funcionalidad y comodidad en vez de afrontar otras aristas como el impacto ambiental de sus productos, que resulta un factor de total malestar en las usuarias mientras utilizan sus productos. Siguiendo la reflexión de Vilém Flusser (2002) sobre la ética en el diseño industrial, "si los diseñadores no se ocupan de estas cuestiones, la consecuencia puede ser una ausencia total de responsabilidad."

El autor argumenta que parte de la ética en el diseño y de la toma de responsabilidad es diseñar para satisfacer más allá de las necesidades inmediatas y enfocarse también en las consecuencias a largo plazo que comprende el producto, lo que incluye la sostenibilidad y el impacto ambiental.

Un diseño ético en este contexto significaría, entonces, una reconsideración de los materiales y el ciclo de vida de los productos, alineándose con principios de sostenibilidad y respeto hacia el

medio ambiente. Y así demostrar a las consumidoras que el diseñador y la empresa son quienes van a preocuparse por este tema.

En definitiva, teniendo en cuenta que la centralidad en el usuario fomenta la empatía, la búsqueda de mejorar estos productos es facilitar su uso y contribuir a que la gestión menstrual se desarrolle de la mejor manera posible, lo cual implica que las usuarias se sientan seguras, tranquilas y no carguen con culpa u obligaciones en el vínculo con estos productos.

Por otro lado, a todo este dilema le añadimos el factor mercantil, actualmente se cobra un impuesto por menstruar. Como se mencionó anteriormente, los productos de higiene menstrual están catalogados como cosméticos, lo que hace que se consideren productos de lujo y no de primera necesidad y sean gravados con el Impuesto al Valor Agregado (IVA). Esto afecta directamente la capacidad de compra de muchas mujeres, especialmente de aquellas en situaciones de vulnerabilidad económica.

Entonces, si sumamos la preocupación ambiental, la dificultad en el acceso, el cambio hormonal, la aflicción vinculada al período y el constante presión por la ocultación, el proceso termina siendo realmente torturante, porque la usuaria atraviesa también las dificultades generales de la vida cotidiana y debe continuar su rol en el sistema productivo que le demanda trabajar, estudiar, etc. “Cuando las personas que menstrúan no tienen que preocuparse de dónde van a conseguir su próximo tampon o toallita, pueden concentrarse más en la escuela, el trabajo y su bienestar” (Rodríguez, 2021).

El fácil acceso a estos productos hace que las mujeres puedan ser incluidas y realmente participar en la sociedad. Sin embargo, a pesar de la importancia que tiene esta arista de la temática, se puede cuestionar el alcance del diseñador, este se ve excedido en cuanto al precio final de los productos, ya que se encuentra bajo un marco legal que resulta determinante en el acceso de las mujeres a estos productos.

Es aquí donde podemos aportar desde el desarrollo de políticas públicas e incluso presionar a nivel político para que Uruguay tome como referencia a países como México, Colombia, Ecuador, Escocia, Nueva Zelanda, Kenya, y otros países que han eliminado completamente el impuesto sobre este tipo de productos o desarrollan políticas como por ejemplos la distribución gratuita de tampones y toallas en escuelas, entre otras.

Actualmente en nuestro país, el gran avance referido a este tema fue un proyecto de ley presentado por el Frente Amplio en 2023, que proponía la creación de una canasta básica de higiene menstrual, en principio esta se ideó para beneficiarias de la Tarjeta Uruguay Social (TUS) del Ministerio de Desarrollo Social (Mides) (La Diaria, 2023). Si bien esta iniciativa es valorada, aún hay trabajo por hacer.

Lenguaje y comunicación

Se halla que los productos en cuestión manejan denominaciones para categorizar las variantes, esto no está estandarizado, ni hay consenso entre marcas.

Por un lado se utilizan los términos “nocturnas”, “sport”, “regular” para dar a entender que son más absorbentes, o más grandes, antihumedad, etc; pero ¿Es realmente adecuado etiquetar un producto como “nocturno” si solo se trata de un diseño más absorbente?

Por otro lado, se emplean términos como “super”, “ultra”, “medio”, “mini”, “flujo medio a moderado”, para indicar la capacidad de absorción del producto, pero estas palabras cargan con mucha subjetividad, y no hay un consenso de cuanta cantidad es “medio” o “super”. Incluso algunos productos comunican el nivel de absorción con una suerte de escala que muestra la figura de uno a tres tampones, dando por sentado que la usuaria sabe a cuánto equivale la absorción de un tampón (entendiendo además, que los tampones también presentan variantes en este aspecto).

Entonces si cada marca informa su capacidad de absorción según su criterio y luego la usuaria hace su interpretación según lo que considera de su flujo menstrual, hay un claro conflicto en la transmisión de la información.

Por último, las marcas tienden a patologizar el ciclo menstrual, con términos asociados a lo negativo, por ejemplo “protección” o “control”. El uso de conceptos un poco más objetivos que fomenten el bienestar y la aceptación de la menstruación, podrían optimizar la interacción de las usuarias con los productos, especialmente en el proceso de compra.

Esto trae a la mesa y evidencia nuevamente la cultura de la ocultación que se mencionó anteriormente en el marco teórico. Es importante reflexionar sobre cómo estos términos pueden influir en la manera en que se comercializan los productos, y en la percepción que tienen las mujeres y la sociedad en general sobre la normalización de la menstruación.

Recomendaciones de diseño

Se proponen ajustes para la mejora del diseño de los productos menstruales disponibles, teniendo en cuenta la historia de este grupo de productos, su situación actual en nuestro mercado, y también las opiniones y experiencias de usuarias.

Específicas

En este caso se seleccionaron la toalla descartable y la copita por ser los métodos ampliamente más populares entre las participantes de los grupos focales.

Toalla: Usabilidad y tecnología

1. Reducir proceso de colocación y descarte: Al igual que en el desarrollo de un sistema digital se prevé que la persona deba realizar la menor cantidad de acciones posibles para completar su objetivo, en este procedimiento podría aplicarse la misma lógica.

Se propone revisar la cantidad de packaging, y el desarrollo de uno más simple que permita realizar lo que actualmente se ejecuta en varios pasos, en uno solo. Como por ejemplo al momento de descartar el producto, teniendo en cuenta que es un desecho

biológico, que desprende olor y muchas veces será desechado en basuras de uso comunitario.

2. Producir productos sostenibles: Promover el uso de materiales más amigables con el medio ambiente y procesos de desecho conscientes de su impacto.

Para este punto se comprenden dos motivos esenciales. En primer lugar, la carga mental que tiene para muchas mujeres el saber que cada mes generan un desecho tan grande, es uno de los malestares que suma al estresante proceso de la menstruación.

Y por otro lado, es una realidad que la tendencia de las industrias es reducir su impacto ambiental, por lo que en este rubro no debería ser de otra manera.

Copita: Tecnología

1. Morfología que acompañe la anatomía humana: Uno de los pocos problemas que se encontró sobre la copita es la filtración. Teóricamente si la copita se coloca correctamente, esta forma un vacío en el canal vaginal que evita cualquier filtración. Sin embargo es imposible que una sola forma encastre perfectamente en todos los cuerpos, aunque su material flexible es una ventaja, este no parece ser suficiente.

Aunque la copita parece funcionar muy bien entre sus usuarias, existe una oportunidad de mejora para conseguir que se sientan más seguras y no tengan la urgencia de utilizar un objeto complementario para ello.

Generales

Para finalizar, un cambio a aplicar en todos los métodos de gestión, es un sistema universal basado en rangos de absorción, sin recurrir a denominaciones que puedan ser interpretadas de manera subjetiva y generen confusión. A partir de lo explicado en el apartado de *Lenguaje y comunicación* anteriormente, se considera menester hacer uso de nombres que simplemente describan el propósito y capacidades del producto, para fomentar dos cosas fundamentales; por una parte la interacción con las usuarias; y por otra la desestigmatización del proceso menstrual.

Al mismo tiempo, se halla una oportunidad de diseño en la escueta tipología de productos que abordan la gestión menstrual, ya que teniendo en cuenta la evolución histórica de este rubro y la tecnología disponible actualmente, esta parece poca. Si se observan las innovaciones y la noción de variedad que se ofrece, como pueden ser estampados, texturas, tamaños, entre otros; se nota como son casi imperceptibles y no parecerían significar un cambio real al momento de su uso.

Es por esta razón que se identifica la oportunidad de ampliar la tipología, diversificando a nivel formal y matérico, ofreciendo más opciones y variedad real.

Y por último, si bien no es un deber estrictamente relacionado al diseño, no se puede dejar de mencionar la necesidad de impulsar políticas públicas que faciliten el acceso de mujeres y niñas a productos para gestionar su higiene menstrual y concientizar sobre la situación de los productos de higiene menstrual en nuestro país.



Bibliografía

Beauvoir, S. (1949). *El segundo sexo*. Debolsillo.

Bobel, C. (2010). *New Blood: third-wave feminism and the politics of menstruation*. United States: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.

Bobel, C. et al. (2020). *The Palgrave Handbook of Critical Menstruation Studies*. United States: Palgrave Macmillan.

Borunda, A. (12 de setiembre de 2019). *¿Por qué las compresas y los tampones contienen cada vez más plástico?*. National Geographic.
<https://www.nationalgeographic.es/medio-ambiente/2019/09/como-llego-el-plastico-las-compresas-y-los-tampones>

Carbone R. y Diaz M. (2023). Femvertising: ¿cambiaron las representaciones publicitarias de las mujeres con respeto a la higiene femenina?

Coleman, J. (30 de noviembre de 2023). *Del tampón de papiro a la normalidad: breve historia de la menstruación y su tabú en la sociedad*. National Geographic.
<https://www.nationalgeographic.es/historia/2023/11/historia-menstruacion-tabu-social>

COPRED (s.f.) *Gestión menstrual*.
<https://www.copred.cdmx.gob.mx/acciones-estrategicas/menstruacion-digna>

Delaney, J., Lupton, M. y Toth, E. (1988). *The Curse: A Cultural History of Menstruation*. University of Illinois Press.
https://books.google.com.uy/books?id=njfQfrMr31EC&pg=PA45&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false

DIY Desarrollo e impacto ¡ya! (2014). *Herramientas prácticas para impulsar y apoyar la innovación social*. (Universidad de Sonora, Trad.). Reino Unido: Development Impact and You. Recuperado de https://es.diytoolkit.org/media/DIY_Spanish.pdf

Echeberría, M. et al. (2021). El costo de un tabú: ¿cuánto nos cuesta menstruar a las mujeres?.

Flusser, V. (2002). ¿Ética en el diseño industrial?. En: *Filosofía del diseño*. Madrid: Editorial Síntesis. pp. 79-82.

Hazan, F. (2021) Menstruar como experiencia socialmente construida: Una aproximación desde relatos de mujeres de los ´70.

Kimberly-Clark (18 de agosto de 2024). *Cotton substitute improves women's lives: Disposable feminine sanitary pads story*. Kimberly-Clark.
https://www.kimberly-clark.com/en-us/-/media/kimberly/pdf/innovation/productevol_femininepads_umbracofile.pdf

La Diaria. (8 de junio de 2023). Bancada del Frente Amplio presentó en el Senado un proyecto de ley para crear una canasta de higiene menstrual. *La Diaria*.

<https://ladiaria.com.uy/feminismos/articulo/2023/6/bancada-del-frente-amplio-presento-en-el-senado-un-proyecto-de-ley-para-crear-una-canasta-de-higiene-menstrual/>

Martinez, F. (2013). El objeto del diseño no es el objeto.

Millet, K. (1970). *Política sexual*. España, Madrid: Ediciones Cátedra.

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española: Diccionario panhispánico de dudas (DPD) [en línea], <https://www.rae.es/dpd>, 2.ª edición (versión provisional). [Consulta: 09/11/224].

Rodriguez, L. (30 de setiembre de 2021). *20 Places Around the World Where Governments Provide Free Period Products*. Global Citizen.

<https://www.globalcitizen.org/en/content/free-period-products-countries-cities-worldwide/>

Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill/Interamericana Editores

Tampax. (18 de agosto de 2024). *The history of Tampax*. Tampax.

https://tampax.com/en-us/about/our-story/history-of-tampax/?rd=301&rd_source=https://tampax.com/en-us/history-of-tampax

UNICEF y DNEIyG. (2022). *Acceso a la gestión menstrual para más igualdad*. Argentina: UNICEF.