

Higiene Menstrual: investigando a preferência e resistência ao consumo de alternativas sustentáveis

Menstrual Hygiene: investigating the preference and resistance to consumption of sustainable alternatives

Cindy Loureen Bernardo Lima

Mestranda em Administração e Controladoria pelo Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, da Universidade Federal do Ceará, na linha de Organização, Estratégia e Sustentabilidade. Graduada em Administração pela Universidade Federal do Ceará. Integrante do grupo de pesquisa intitulado Laboratório de Estratégia para Sociedade Sustentável (LESS). Atualmente é servidora técnico-administrativa da Universidade Federal do Ceará, atuando na área administrativa do Departamento de Engenharia de Teleinformática. E-mail: cindieloub@gmail.com

Núbia Costa de Almeida Braga

Mestranda em Administração e Controladoria pelo Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, da Universidade Federal do Ceará, na linha de Organização, Estratégia e Sustentabilidade. Graduada em Administração pela Universidade Federal do Ceará e em Letras pela Faculdade Integrada da Grande Fortaleza. Integrante do grupo de pesquisa intitulado Laboratório de Estratégia para Sociedade Sustentável (LESS). E-mail: nubia_costa_@hotmail.com

Érica Maria Calíope Sobreira

Doutoranda em Administração pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), com foco na linha de Estratégia de Marketing e Comportamento do Consumidor. Mestra em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará, com foco na linha de pesquisa Organizações, Estratégia e Sustentabilidade. Graduada em Administração pela Universidade Federal do Ceará. Integrante do grupo de pesquisa intitulado Laboratório de Estratégias para Sociedade Sustentável (LESS) e do grupo de pesquisa intitulado Atitude e Comportamento Sustentáveis: Avaliações Consumo e Pós-Consumo. Email: erica.mcs21@gmail.com

Claudia Buhamra Abreu Romero

Doutora em Administração de Empresas, com ênfase em Marketing, pela Fundação Getúlio Vargas. Pós-doutora em Marketing e Sustentabilidade pela John Molson School of Business, da Concordia University, Canadá. Professora Titular no Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, da Universidade Federal do Ceará. Coordenadora do grupo de pesquisa intitulado Atitude e Comportamento Sustentáveis: Avaliações Consumo e Pós-Consumo. Email: buhamra@ufc.br

Resumo

Este artigo tem como objetivo investigar a preferência e a resistência ao consumo de alternativas sustentáveis de higiene menstrual. Para tanto, realizou-se uma pesquisa qualitativa exploratória. Vinte entrevistas semiestruturadas foram conduzidas com pessoas que usavam produtos de higiene menstrual tradicionais ou alternativas sustentáveis. A análise dos dados se deu pela análise de conteúdo. Os resultados mostram que a questão ambiental é decisiva para a adesão aos produtos sustentáveis. Ademais, a presença de outros fatores relevantes. O uso das alternativas alterou positivamente o relacionamento dessas pessoas com a menstruação. As seguintes proposições foram estabelecidas: O foco na sustentabilidade do produto é um fator decisivo para a preferência pelas alternativas de higiene menstrual sustentáveis; A mudança para um produto menstrual sustentável é determinante para a relação mais positiva com a menstruação; O alto investimento inicial é fator decisivo na possível rejeição das alternativas de higiene menstrual sustentáveis.

Palavras-Chave

Higiene menstrual, Consumo sustentável, Alternativas sustentáveis, Produtos menstruais sustentáveis.

Abstract

This article aims to investigate the preference and resistance to consumption of sustainable alternatives for menstrual hygiene among women. To this end, exploratory qualitative research was carried out. Twenty semi-structured interviews were conducted with women who used traditional menstrual hygiene products or sustainable alternatives. Data analysis was performed through content analysis. The results show that the environmental topic is decisive for the adoption of sustainable products. In addition, the presence of other relevant factors. The use of alternatives has positively altered women's relationship with their menstruation. The following propositions were established: The focus on product sustainability is a decisive factor for the preference for sustainable menstrual hygiene alternatives; The shift to a sustainable menstrual product is crucial to the most positive relationship with menstruation; The high initial investment is a decisive factor in the possible rejection of sustainable menstrual hygiene alternatives.

Keywords

Menstrual hygiene, Sustainable consumption, Sustainable alternatives, Sustainable menstrual products.

Introdução

Nas últimas décadas houve um recrudescimento no consumo de bens e serviços no mundo, contribuindo para prejuízos ambientais, tais como a degradação de recursos naturais, aquecimento global, poluição do ar e da água e dos solos, destruição da camada de ozônio, extinção de espécies, dentre outros (KOSTADINOVA, 2016; OSKAMP, 2000; TANNER; KAST, 2003). Nesse contexto, o consumo sustentável tem sido um dos principais objetivos das políticas ambientais, nacionais e internacionais (SEYFANG, 2005). As organizações desenvolvem ações que visam estimular esse tipo de consumo junto à sociedade (SILVA *et al.*, 2017), sobretudo devido tais prejuízos e as demandas de grupos de consumidores cada vez mais conscientes neste âmbito.

O mercado oferece um número crescente de produtos verdes, sustentáveis ou *eco-friendly* (e.g. BODUR *et al.*, 2015). Dentre eles, produtos de higiene menstrual, atrelados a uma proposta de vida mais saudável, livre, ecológica e socialmente comprometida, como absorventes de pano e coletores menstruais, ambos reutilizáveis (FELITTI, 2016). No entanto, absorventes descartáveis (internos e externos) são propagados em grande escala global, sendo usados por mais de 100 milhões de mulheres no mundo. O descarte desses produtos nesta escala carrega um alto custo ambiental (THE GUARDIAN, 2015).

Diante deste cenário, o que leva uma pessoa a preferir ou resistir ao consumo de alternativas sustentáveis de higiene menstrual? Há uma diversidade de fatores que podem influenciar as escolhas dos consumidores, incentivando ou desencorajando comportamentos de consumo mais sustentáveis (TANNER; KAST, 2003). No domínio dos produtos de higiene menstrual, este estudo propõe responder tal questão, tendo como objetivo principal **investigar a preferência e a resistência ao consumo de alternativas sustentáveis de higiene menstrual.**

Pesquisas anteriores buscaram compreender o consumo sustentável nos cuidados menstruais através de teorias sociais (DAVIDSON, 2012). Outras focaram em aspectos culturais como os tabus envolvidos no fenômeno da menstruação (MEENAKSHI, 2020), na relação entre o produto de higiene íntima e a construção da identidade das consumidoras (ZANOLA *et al.*, 2018), na construção de narrativas do consumo de produtos menstruais e nas suas práticas de higiene, gestão e descarte (KAUR *et al.*, 2018). Estudos passados também investigaram como o lixo menstrual é gerenciado (BHOR; PONKSHE, 2018), além de explorar o nível de consciência que as pessoas têm sobre o impacto ambiental dos produtos menstruais (PEBERDY; JONES; GREEN, 2019). Assim, este artigo contribui para a literatura

ao investigar fatores associados à preferência e à resistência ao consumo de alternativas sustentáveis de higiene menstrual.

Ademais, diversos estudos sobre produtos menstruais sustentáveis, com foco no coletor menstrual, vêm sendo conduzidos em países como Canadá, África do Sul, Índia, entre outros (HOWARD *et al.*, 2011; BEKSINSKA, 2015; KAKANT; BHATT, 2017). Apesar de estudos empíricos no tema serem cada vez mais explorados internacionalmente (e.g. BEKSINSKA, 2015; BHOR; PONKSHE, 2018; ELLEDGE *et al.*, 2018; HENNEGAN, 2019; KAKANT; BHATT, 2017; MEENARKSHI, 2020; PEBERDY; JONES; GREEN, 2019; TIWARY, 2018), no Brasil, a literatura ainda é incipiente. Este trabalho estende o conhecimento empírico sobre o consumo de produtos menstruais sustentáveis no Brasil. Ainda amplia o escopo de investigação do tema, visto que propõe incluir alternativas como panos e calcinhas absorventes, indo além de trabalhos anteriores no tema, onde predominam pesquisas sobre coletores menstruais.

Por fim, apesar de não ser explicitamente mencionada nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), o estudo de questões associadas à Higiene Menstrual é relevante visto que a temática "está diretamente ligada ao cumprimento de vários dos ODS propostos" (TIWARY, 2018, pp. 379-380). Pesquisas, discussões e implicações gerenciais nesse sentido podem contribuir para promover padrões de produção e de consumo sustentáveis (ODS12), uma vida saudável, bem-estar (ODS3), além de empoderar mulheres e meninas (ODS5) (ONU, 2021), e outras pessoas que menstruam. Na prática, esse conhecimento poderá ser útil tanto para empresas que trabalham ou visam trabalhar com tais produtos, como no âmbito de políticas públicas de sustentabilidade ou de saúde da mulher, ações de organizações não-governamentais de apoio às mulheres e ao meio ambiente (HENNEGAN, 2019), para que tenham ações e comunicação adequadas. Além disso, este estudo pode contribuir para o delineamento de políticas públicas de combate à pobreza menstrual.

1. Referencial teórico

1.1 Consumo Sustentável

Os impactos ambientais têm sido causados pela incessante busca humana por conforto físico, mobilidade, alívio do trabalho, diversão, poder, segurança, status, entre outras necessidades e desejos (STERN, 2000). No entanto, organizações e consumidores têm considerado preocupações ambientais em suas decisões, visto que, no âmbito do consumo, tais impactos estão presentes desde à produção até o descarte de produtos (CHEN; BURNS, 2006; KOSTADINOVA, 2016; OSKAMP, 2000; SILVA *et al.*, 2017; TANNER; KAST, 2003).

Tal realidade levou o consumo de produtos sustentáveis a se tornar cada vez mais demandado pela sociedade (BODUR *et al.*, 2015; STERN, 1999). O Ministério do Meio Ambiente (2005) afirma que o evento Rio 92 foi um marco para que as organizações começassem a considerar os consumidores como corresponsáveis pelos impactos ambientais. Nesse sentido, a Agenda 2030 estabeleceu entre suas prioridades assegurar padrões de consumo e produção sustentáveis no enfrentamento das mudanças climáticas e na garantia da proteção ambiental (ONU, 2020).

A preocupação do consumidor com as questões ambientais se reflete no seu comportamento de consumo (STERN, 1999). São diversos os fatores que influenciam nas escolhas de consumo, entre eles fatores psicológicos, demográficos, culturais, sociais e situacionais (CASTRO, 2018). Pesquisas anteriores procuram entender os fatores que determinam ou influenciam um comportamento de consumo mais sustentável (TANNER;

KAST, 2003; SANTOS et al., 2014; SHARMA; JHA, 2017). Furtado e Sampaio (2018) encontraram fatores relacionados ao consumo de cosméticos sustentáveis. Atitude relativa à consciência ambiental foi um fator preponderante, seguido de busca por bem-estar, preocupação com a saúde, influência de grupos de referência e valores percebidos como preço, qualidade, disponibilidade e conveniência.

Outros estudos sinalizaram maior consciência ambiental e atitude positiva em relação a compras sustentáveis como fatores relevantes (KRUTER et al., 2012; SANTOS et al., 2014). Santos et al. (2014) concluíram que percepções acerca de questões ambientais influenciam nas intenções de compra sustentável. Salazar et al. (2013), por sua vez, mostraram que grupos sociais também influenciam na escolha de um produto sustentável: quanto mais próximo, maior a influência no processo de decisão do consumidor. Amigos têm maior influência a curto prazo, já a família influencia mais a longo prazo. As mulheres são mais sensíveis às informações de seus grupos sociais.

O consumo sustentável também é influenciado por valores dos consumidores e de sua cultura, como aponta um estudo realizado com consumidores indianos. Segundo a pesquisa, valores como compaixão, aceitação e universalismo estão ligados a uma maior inclinação ao comportamento sustentável, ao passo que benevolência e tradição traduzem uma menor inclinação a esse tipo de comportamento (SHARMA; JHA, 2017). Ademais, por variáveis demográficas. O gênero feminino, por exemplo, demonstra maior preocupação com a sustentabilidade na compra de gêneros alimentícios (GRUNERT et al., 2014). Outras pesquisas demonstram que as mulheres se preocupam mais com questões sociais e ambientais em comparação com os homens (e.g. EAGLY et al., 2004). Os principais obstáculos encontrados pelos consumidores com relação aos produtos sustentáveis são preço alto (e.g. SANTOS et al., 2014; KRUTER et al., 2012; GORNI et al., 2012), pouca divulgação, falta de conhecimento, ou dificuldade de encontrar esse tipo de produto (SANTOS et al., 2014).

No caso dos produtos de higiene menstrual, a relação com o consumo sustentável será apresentada na seção seguinte.

1.2 Higiene Menstrual Sustentável

A menstruação é um fenômeno fisiológico cíclico exclusivo do corpo feminino e acontece durante toda a idade reprodutiva da mulher (GÓMEZ-SANCHEZ et al., 2012). Apesar disso, o discurso moderno do padrão de beleza e higienização têm definido o corpo feminino com idealização, o que distancia a mulher de seus processos naturais (ROCHA; COVALESKI, 2018). Assim, a menstruação se torna um fenômeno biológico estigmatizado e mistificado, causando embaraços na discussão do tema (FEMME INTERNATIONAL, 2019).

No caso dos produtos de higiene menstrual, o consumo pode ser afetado por preferências pessoais, por disponibilidade de recursos, status econômico, tradições e normas culturais, influência familiar, nível educacional e conhecimento em relação ao fenômeno da menstruação, entre outros (KAUR et al., 2018).

As mulheres “[...] precisam ter acesso à escolha de materiais menstruais que sejam seguros, confortáveis e apoiem a produção e o seu uso sustentável” (HENNEGAN, 2019, p. 362). Em países de baixa e média renda, geralmente a gestão da higiene menstrual e o descarte do lixo menstrual é negligenciado (e.g. BHOR; PONKSHE, 2018), “levando à eliminação inadequada e impactos negativos sobre os usuários, os sistemas de saneamento e o meio ambiente” (ELLEDDGE et al., 2018, p. 2562). Entretanto, mesmo em países desenvolvidos esse é um tema relevante. Por exemplo, uma pesquisa realizada no Reino Unido revelou que, em geral, as participantes desconheciam a quantidade de plástico presente nos produtos menstruais descartáveis e outras questões relativas ao seu impacto ambiental (PEBERDY; JONES; GREEN, 2019).

Nesse contexto, debates acerca da menstruação e de suas diferentes formas de higiene sustentável (ROCHA; COVALESKI, 2018) suscitou no mercado o interesse em oferecer produtos associados à essa temática (FELITTI, 2016). Alternativas como coletores menstruais, calcinhas absorventes e absorventes de pano, todos reutilizáveis, estão entre elas (Figura 1):

Figura 1: Alternativas de higiene menstrual sustentável



Fonte: sites Fleurity (2020), Inciclo (2020).

Muitos negócios, com lojas físicas ou virtuais, têm se especializado na produção e oferta destes produtos no Brasil. Fleurity, Pantys, Inciclo e Korui são exemplos de marcas com essa proposta (FLEURITY; PANTYS; INCICLO, 2020; KORUI, 2019). O coletor ou copo menstrual é um produto fabricado com silicone hipoalergênico e não tóxico. Como é feito de material macio e não reativo em condições normais, não provoca irritações cutâneas, infecções, alergias e escoriações. É utilizado internamente, eliminando odores e sensação de umidade. Pode ser usado por longas horas pela sua capacidade de retenção e de se adaptar ao corpo, além de facilitar a prática de esportes pelas mulheres durante o período menstrual (FELITTI, 2016; KAKANI; BHATT, 2017).

No Canadá, Howard et al. (2011) verificaram que mulheres que normalmente usavam absorventes descartáveis e que utilizaram o copo menstrual por três ciclos se sentiram tão seguras com relação a vazamentos quanto às que continuavam a usar os absorventes tradicionais. Estudos realizados na África do Sul e na Índia identificaram uma preferência das mulheres pelo coletor quando comparado ao uso de absorventes tradicionais externos e internos. Para as sul-africanas, ele foi avaliado como melhor nos quesitos conforto, qualidade, coleta menstrual e aparência (BEKSINSKA, 2015). Para as indianas, pelo conforto, menos umidade e menos odor (KAKANT; BHATT, 2017). No entanto, o consumo do coletor nem sempre está associado aos atributos do produto, mas a formas de manifestação política, de liberdade, autonomia e independência da mulher (ZANOLA et al., 2018).

As calcinhas absorventes, segundo website da fabricante brasileira Pantys (2020), são opções de higiene menstrual laváveis e reutilizáveis, compostas de materiais absorventes naturais, impermeáveis, respiráveis e anti-bactérias. Este produto não é uma novidade, pois já foi utilizado por gerações anteriores. Atualmente, traz uma camada absorvente e outra impermeável, evitando vazamentos e trazendo mais segurança e saúde a mulher (KORUI, 2020).

2. Metodologia

Esta pesquisa foi de caráter qualitativo, uma vez que, conforme Diehl e Tatim (2004), tal abordagem é adequada para compreender não só processos dinâmicos vividos por grupos sociais bem como particularidades do comportamento dos indivíduos com mais profundidade. Foi, ainda, do tipo exploratória, a fim de proporcionar uma maior familiaridade com o tema através de levantamento bibliográfico inicial (MARCONI; LAKATOS, 2018) e de consultas com os próprios indivíduos em contato com o problema estudado (DIEHL, TATIM, 2004). Ademais, permitiu ampliar conhecimentos sobre o tema (SAMPIERI et al, 2006), explorando-

o na perspectiva de três alternativas de produtos menstruais sustentáveis (i.e. coletor menstrual, calcinha absorvente, absorvente reutilizável) na investigação.

Utilizou-se a entrevista como instrumento de coleta dos dados, pois é adequada para identificar opiniões sobre fenômenos e descobrir os fatores que as influenciam, bem como sentimentos e condutas, além de servir para compreender e comparar comportamentos presentes e passados (GONÇALVES, 2005). Nesse sentido, foram aplicadas vinte entrevistas semiestruturadas no período de junho de 2020 na cidade de Fortaleza. Como as pesquisadoras encontravam-se em quarentena devido à pandemia do Covid-19, as entrevistas foram realizadas remotamente através da ferramenta Google Meet. As entrevistas se deram por vídeo, totalizando por volta de 6h de gravações, com 19 e 23 minutos em média de duração por entrevista em cada grupo pesquisado. Foi informado aos sujeitos da pesquisa que só os áudios seriam gravados para posterior análise com o seu consentimento. Além disso, foi assegurada a anonimidade dos participantes e que estes estavam livres para interromper a entrevista ou recusar responder perguntas se assim desejassem.

A escolha das pessoas entrevistadas se deu por conveniência, fazendo uso da técnica de snowball (bola de neve) para que estas indicassem outras possíveis entrevistadas dentro da temática (MORROW, 2005). Os sujeitos pesquisados foram pessoas maiores de idade, residentes na cidade de Fortaleza, que usam produtos de higiene menstrual tradicionais (absorventes descartáveis) ou alternativas sustentáveis (coletor menstrual, calcinha absorvente, absorvente reutilizável). Portanto, foram divididas em dois grupos, na mesma proporção: dez pessoas que usavam absorventes descartáveis, internos ou externos, e dez pessoas que usavam uma ou mais alternativas de produtos sustentáveis de higiene menstrual. Tal divisão foi importante para fins de comparação e para fazer inferências mais confiáveis na fase de análise dos resultados.

O roteiro foi dividido em dois blocos. O primeiro contou com perguntas relacionadas à experiência com a menstruação ao longo da vida da pessoa até hoje: que tipo de informações e esclarecimentos foram recebidos e por quem, produtos envolvidos, sentimentos vivenciados, situações marcantes ao longo de seus ciclos. O segundo abordou perguntas relativas aos produtos de higiene menstrual utilizados pelas pessoas entrevistadas atualmente, motivação para o uso, vantagens e desvantagens, conhecimento em relação a outras formas de higiene menstrual além da que utiliza, se há o desejo de mudar para alguma dessas outras formas e por quê.

O perfil das pessoas entrevistadas (Quadro 1) revelou que elas eram mulheres com média de idade de 29 anos. Das 20, 17 possuem nível superior completo; e dentre essas, 8 (quase metade) estão cursando ou concluíram algum curso de pós-graduação lato ou strictu sensu. Assim, a grande maioria é jovem, com nível superior completo e pós-graduação. Embora algumas pessoas sem nível superior tenham sido convidadas a participar da pesquisa, elas apresentaram grande resistência para falar sobre o tema “menstruação e higiene menstrual”, dessa forma, recusando o convite. Quanto ao estado civil, no geral, houve um equilíbrio entre pessoas casadas (9) e solteiras (11), mas a grande maioria não tem filhos (17). Do grupo que utiliza alternativas sustentáveis, 9 não têm filhos. As pessoas entrevistadas têm formação em diversas áreas como fisioterapia, enfermagem, biblioteconomia, administração, etc.

Quadro 1: Perfil das entrevistadas

Código	Idade	Ocupação	Estado Civil	Opção de Higiene Menstrual
Tradicional 1	26	Analista Comercial	Casada	Absorvente descartável
Tradicional 2	23	Estudante	Solteira	Absorvente descartável
Tradicional 3	45	Comerciante	Casada	Absorvente descartável

Tradicional 4	28	Analista de pesquisa de mercado.	União estável	Absorvente descartável
Tradicional 5	24	Estudante	Solteira	Absorvente descartável
Tradicional 6	29	Enfermeira	Casada	Absorvente descartável
Tradicional 7	30	Estudante	Solteira	Absorvente descartável
Tradicional 8	29	Servidora pública	Casada	Absorvente descartável
Tradicional 9	29	Professora de Inglês	Solteira	Absorvente descartável
Tradicional 10	29	Enfermeira	Casada	Absorvente descartável
Alternativa 1	27	Engenheira de Alimentos	Solteira	Absorvente: quando sai de casa Coletor: quando está em casa
Alternativa 2	28	Pesquisadora	Solteira	Coletor
Alternativa 3	22	Bolsista de mestrado	Solteira	Coletor
Alternativa 4	21	Técnica de enfermagem	Solteira	Absorvente reutilizável
Alternativa 5	37	Bolsista de mestrado	Casada	Calcinha absorvente
Alternativa 6	31	Bibliotecária	Solteira	Absorvente reutilizável
Alternativa 7	49	Contadora	Casada	Calcinha absorvente
Alternativa 8	24	Designer gráfica e empreendedora	Solteira	Absorvente de pano, calcinha absorvente e coletor.
Alternativa 9	25	Bolsista de doutorado	Solteira	Calcinha absorvente
Alternativa 10	27	Fisioterapeuta	Casada	Coletor

Fonte: Elaborado pelas autoras (2020).

Para a análise dos dados, foi necessário dividir as pessoas entrevistadas entre “tradicional” e “alternativa”. As tradicionais são aquelas que usavam opções convencionais como absorvente externo e interno descartáveis enquanto as alternativas representavam as que usavam produtos de higiene menstrual alternativos, sustentáveis. A análise dos dados foi realizada por meio da análise de conteúdo, fazendo uso de “operações de desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos” (BARDIN, 2011, p. 201). Esta análise foi adequada para interpretar a relação das pessoas com a menstruação e suas formas de higiene. Para a análise, foi definido previamente que a preferência e a resistência seriam investigadas em relação a categorias decorrentes de conhecimentos e sentimentos das mulheres acerca da menstruação e dos produtos de higiene menstrual tradicionais ou das alternativas sustentáveis.

3. Resultados

3.1 Menstruação

As entrevistadas tiveram sua menstruação, em média, com 12 anos de idade. A primeira pessoa a quem buscaram para possíveis esclarecimentos e informações foi, em sua grande maioria, a mãe, mas também outras figuras femininas de referência (i.e. irmã mais velha, a mãe de uma amiga, uma tia, a avó). Algumas entrevistadas lembraram do papel da escola nas informações a respeito do fenômeno. As explicações que receberam das mães ou figuras femininas de referência foram no sentido de tornar a menstruação “Algo normal” (i.e. categoria) da mulher, uma passagem de estágio de vida, de “Rompimento com a infância” (i.e. categoria), como fica bem claro na repetida expressão *virar mocinha*. Ainda, no sentido de “Instruções para uso dos absorventes” (i.e. categoria) descartáveis, que, com exceção de uma das mulheres, todas as demais usaram como primeiro produto de higiene menstrual.

Só que eu tinha **virado mocinha** e foi isso (Alternativa 4)

A **minha mãe disse que era normal**, que ia acontecer todo mês, aí **me deu um absorvente, me ensinou** como é que usava, essas coisas [...] (Tradicional 7)

Quando indagadas sobre o sentimento que vivenciaram na primeira experiência com a menstruação, as mulheres afirmam, em sua maioria, ter experimentado sentimentos negativos, tais quais “Medo, Aflição, Nojo, Vergonha, Raiva” (i.e. categorias). A minoria das mulheres afirmou ter se sentido tranquila em relação ao momento.

Ai, **eu fiquei meio aflita**, se não sei. Fiquei meio com nojo também, **fiquei com um pouco de nojo** (Alternativa 1)

Vergonha, porque eu tinha treze anos e eu era muito moleca [...] pra mim, **aquilo era quase como um castigo** porque eu não podia mais ir à praia, não podia tomar sol, não podia brincar na piscina, eu ficava achando que ia vazar (Alternativa 7)

Quanto ao primeiro produto de higiene menstrual, em geral o absorvente descartável foi utilizado. A primeira experiência das mulheres com o produto foi marcada pelo “Desconforto” (i.e. categoria).

E ficava sempre **aquele negócio molhado, era ruim**. Tinha que ir várias vezes pra trocar [...] (Tradicional 10)

Pra mim, foi uma **experiência muito terrível**, eu **nunca gostei** e me deixava com **a região irritada** e ter que dormir com aquele negócio era o “ó do borogodó” (Alternativa 10)

Em geral, as mulheres demonstraram conhecer diversos “Problemas de saúde íntima feminina” (i.e. categoria) ao longo dos ciclos. Dentre eles, ciclo irregular, cólicas, fluxo intenso, tensão pré-menstrual (TPM), ovários micropolicísticos. Quando questionadas em relação às situações que lembravam em relação à menstruação, os episódios narrados remetiam a sentimentos como “Constrangimento” e “Insegurança com relação a vazamentos” - categorias - em ambientes públicos como a escola, faculdade ou estágio.

Nunca tive uma menstruação regular, inclusive, lá por volta dos quinze anos, mais ou menos, eu tive uma **hemorragia** [...] (Alternativa 2)

Hoje ele [ciclo menstrual] é bem regular, mas ele **já foi muito irregular** devido o problema que eu tenho de **ovário micropolicísticos** (Tradicional 1)

Sim, de **sujar as calças brancas do estágio, sempre acontecia. Horrível**. Tinha que ir pra casa e então esconder, botar o jaleco, alguma coisa em cima e continuar. (Tradicional 6)

Eu **lembro a preocupação de sujar roupa que me incomodava** mais antigamente [...] uma vez eu fui fazer uma prova de vestibular aí eu tava de **short branco** e eu fiquei toda, toda, **toda suja** (Tradicional 7)

Indagadas sobre como se sentiam em relação à menstruação atualmente, foi possível perceber que, das mulheres tradicionais, apenas três encaram de forma positiva ou neutra e, ainda que afirmassem não ter maiores problemas com o ciclo, demonstraram conhecimento ainda com “Foco nos problemas de saúde íntima feminina” (i.e. categoria), por exemplo citando problemas como baixa de energia e cólicas. Por outro lado, as mulheres alternativas, com exceção de duas, encaravam com mais “Naturalidade e Intimidade” (i.e. categoria),

afirmando terem relação mais íntima com a própria menstruação. Buscavam conhecer melhor o processo e seu próprio corpo, conforme a categoria “Autoconhecimento e Menstruação”. Foi notável que a troca do produto de higiene menstrual foi decisiva para o relacionamento mais natural e leve com a menstruação (i.e. categoria “Mudança para produto menstrual sustentável”).

Eu não vou dizer que “ah, eu amo menstruar”. Acho que nenhuma mulher ama menstruar. Mas eu **me sinto muito mais confortável** e acho isso **muito mais natural**. O fato de eu **ter mudado o produto também me ajudou demais** (Alternativa 9)

[...] nessa questão dos **coletores**, acho que isso **foi realmente um marco**. Era um outro conceito, **pra mim, menstruação agora mudou** (Alternativa 8)

O **coletor** menstrual, ele é, **pra mim, um grande divisor de águas nessa minha relação com menstruação**, de como eu consigo me conhecer, relacionar e dar respiração para o meu corpo (Alternativa 2)

Portanto, para a maioria das mulheres, a menstruação já trouxe diversas limitações e situações desagradáveis, tanto do ponto de vista físico, quanto do psicológico. Essas situações, no entanto, foram diminuindo na fase adulta. No quadro 2, a síntese das categorias:

Quadro 2: Categorias relacionadas à menstruação (conhecimento e sentimento)

	CONHECIMENTO (categorias)		SENTIMENTO (categorias)
Menstruação	- É algo normal	A primeira experiência com a menstruação	- Medo
	- Rompimento com a infância		- Aflição
	- Instruções para uso dos absorventes		- Nojo
A saúde íntima feminina ao longo dos ciclos	- Problemas de saúde íntima feminina	A primeira experiência com produtos de higiene menstrual tradicional	- Vergonha
			- Raiva
		Situações relacionadas à menstruação	- Constrangimento
Visão atual sobre a menstruação	- Foco nos problemas de saúde íntima feminina (Tradicionais)	Relação atual com a menstruação	- Insegurança com vazamentos
	- Autoconhecimento e Menstruação (Alternativas)		- Desconforto (Tradicionais)
	- Mudança para produto menstrual sustentável (Alternativas)		- Naturalidade e Intimidade (Alternativas)

Fonte: Elaborado pelas autoras (2020).

3.2 Produtos de higiene menstrual

3.2.1 Tradicionais: absorventes descartáveis

As mulheres que utilizavam tais produtos apontaram como fonte de informações propagandas de televisão, supermercado, farmácias, e através da mãe e figuras femininas de referência que apresentaram o absorvente na ocasião da primeira menstruação (i.e. categorias

“A figura da mãe”, “Figuras femininas de referência”, “Propagandas e Pontos de venda”).

Foi **minha mãe** [...] ela pegou o absorvente dela e me entregou, aí **ela perguntou** assim: **você sabe como é que usa?** (Tradicional 5)

[...] **propagandas** na TV, é no **supermercado**, mesmo em gondolas, quer dizer **no ponto de venda**, né que a gente lê o rótulo da embalagem [...] (Tradicional 4)

Geralmente, a motivação para usar o produto foi o sentimento de estar “Seguindo a tradição” (i.e. categoria), ou seja, o uso do mesmo produto que era usado e indicado por suas mães e figuras femininas de referência. Todas usavam o absorvente descartável há mais de 10 anos, isto é, por toda a sua vida reprodutiva até o momento. As vantagens do absorvente mais citadas entre as mulheres tradicionais foram preço e praticidade. “Sentem que é prático” (i.e. categoria) no sentido de ser fácil e rápido de trocar em qualquer lugar e demonstraram estar cientes da acessibilidade do preço (i.e. categoria “Preço acessível”).

[...] **minha mãe**, né? Porque eu **vi ela comprando para ela**, aí via lá os absorventes que ela comprava e **acabava comprando para mim** também (Tradicional 5)

Pela **praticidade** e o custo-benefício também **não é uma coisa cara** (Tradicional 1)

Eu acho ele **prático**, assim, é rápido pra você trocar, cabe na bolsa...e é **barato também** (Tradicional 10)

Entre as desvantagens do absorvente descartável, notaram-se duas categorias relacionadas aos “Prejuízos à saúde íntima pelo uso dos produtos” e outra pelo “Desconforto”. Em relação à primeira, afirmaram que o absorvente esquenta, acumula bactérias, pode propiciar o surgimento de infecções e irritações na região. O calor também foi citado como fator para o desconforto das mulheres, além do absorvente “sair do lugar”, e “esfarelar” algumas vezes.

Uma coisa que **eu acho ruim** também que quando o **dia tá muito quente** e você passa o dia de calça jeans, você tem **vontade de arrancar o absorvente e deixar sujando mesmo** as suas calcinhas, sabe? (Tradicional 9)

[...] a **sensação ruim, fica realmente quente**, sabe? É quente, **você tem infecção urinária** [...] (Tradicional 6)

O absorvente interno foi pouco citado como produto de higiene menstrual. Em geral, as mulheres tradicionais afirmaram estar satisfeitas com o uso do absorvente descartável. No entanto, metade delas revelou estar aberta à novas formas de higiene menstrual, caso encontrassem opções que, por exemplo, permitissem atividades aquáticas no período menstrual ou mais confortáveis. No quadro 3, a síntese das categorias:

Quadro 3: Categorias relacionadas aos produtos tradicionais (conhecimento e sentimento)

	CONHECIMENTO (categorias)		SENTIMENTO (categorias)
Fonte de informações	- A figura da mãe - Figuras femininas de referência - Propagandas e Pontos de venda	Motivação para o uso	- Seguindo a tradição
Vantagens	- Preço acessível	Vantagens	- Sentem que é prático
Desvantagens	- Prejuízos à saúde íntima pelo uso dos produtos	Desvantagens	- Desconforto

Fonte: Elaborado pelas autoras (2020).

3.2.2 Alternativas: produtos menstruais sustentáveis

As mulheres alternativas tiveram acesso às informações e aos produtos através de categorias como “A influência das mídias sociais” e a “A influência das amigas”. Na primeira, se encaixaram as que tiveram contato com as alternativas pela internet. São exemplos: grupos de mulheres no *Facebook*, publicações patrocinadas no *Instagram*, canais no *YouTube*, páginas de lojas que trabalham com produtos sustentáveis. As amigas também influenciaram, seja dando o produto de presente, falando sobre ele, enviando promoções ou levando para conhecer a loja.

Tive o **conhecimento do coletor através de uma amiga** minha que ela utilizava e ela me deu algumas informações [...] (Alternativa 10)

Minha **amiga compartilhou** comigo uma promoção [...] aí eu comprei (Alternativa 2)

[...] **comecei a seguir várias páginas** e aí recebi várias informações sobre isso (Alternativa 5)

O tempo de experiência com o consumo das alternativas variou de três meses à quatro anos neste grupo de entrevistadas. A motivação para usar foi dividida em três categorias: “Prejuízos dos produtos tradicionais ao meio ambiente”, “Prejuízos à saúde íntima pelo uso de produtos tradicionais” e “Insegurança em relação aos produtos tradicionais”. Muitas mulheres se disseram preocupadas diante de informações acerca de quantos absorventes descartam ao longo da vida e do impacto negativo gerado no meio ambiente, bem como prejuízos a sua saúde íntima, além de se sentiram inseguras com relação à possíveis vazamentos quando usavam produtos descartáveis.

Eu vi uma matéria falando que o absorvente poluía o planeta, eu não sei quantos mil absorventes, não lembro mais os dados na época [...] aí eu **me assustei muito**, eu fiquei muito assustada (Alternativa 5)

Aí quando **você vai começar a pesquisar sobre esse assunto** você também vai se deparar com **dados estatísticos sobre quantos absorventes você usa na vida** e tal e como, assim, **eu sempre gostei muito de natureza**, disso, aí foi só mais um motivo [...] (Alternativa 8)

Tanto porque **eu li que o absorvente ele maltrata muito a pele da mulher** [...] **Eu queria reduzir o lixo que eu produzo**, então **o copinho ele dura cinco anos**, em cinco anos o tanto de absorvente que a gente usa, ave Maria! (Alternativa 3)

Como vantagens levantadas, a sustentabilidade foi o fator mais relevante, citado por quase todas as entrevistadas (i.e. categoria “Sustentabilidade do produto”). A “Economia a longo prazo” também apareceu como vantagem, seguida pelo “Conforto” e “Conexão com o próprio corpo” (i.e. categorias) propiciado pelo uso do produto. A categoria “Benefícios à saúde íntima” foi citada em conformidade com a motivação anterior para o uso.

[...] por **uma questão de sustentabilidade** né, para **não acumular muito lixo**, é muito plástico jogado fora por mês, e por ser **mais confortável** (Alternativa 4)

Muito confortável [a calcinha absorvente] e realmente eu acredito que é uma coisa que **faz bem pro nosso corpo, respira** e tudo [...] (Alternativa 8)

Você não gasta como absorvente, é **muito econômico** também. (Alternativa 1)

Essa **conexão com meu corpo** [...] o **aspecto financeiro também**, o tanto de absorvente que eu usava e o tanto de dinheiro que eu gastava [...] (Alternativa 2)

Como desvantagens, a categoria “Investimento inicial” se sobressaiu, pois os produtos alternativos exigiam um maior investimento inicial. Apesar disso, a economia foi citada como vantagem, porque, a longo prazo, o investimento seria recuperado na eliminação da compra do absorvente descartável.

Desvantagem acho que só o **investimento inicial** [...] acho que **nem todo mundo se dispõe a comprar** uma calcinha de R\$ 100,00 reais e uma maior de R\$ 200,00 **pra usar só quando tiver menstruada** (Alternativa 7)

Quanto ao coletor, as mulheres alternativas citaram a dificuldade relacionada a como saber retirá-lo do corpo (i.e. categoria “Retirada do produto do corpo”), mas como algo que se acostumaram ao longo dos ciclos. E como vantagem a possibilidade de fazer atividades físicas e aquáticas, facilitando a mobilidade (i.e. categoria “Uso em atividades físicas”).

[...] usar o **coletor** é muito ruim, mas mais por **questão de tirar, eu não sei tirar muito bem** (Alternativa 1)

[...] o **coletor** mais pra fazer **esportes**, ir à **praia** normal, à **piscina**, não faltar **treino**. (Alternativa 6)

Vale ressaltar que a maioria das entrevistadas tradicionais afirmaram conhecer produtos menstruais sustentáveis, em geral a partir de fontes similares às do outro grupo. O motivo para não usarem o coletor foi, sobretudo, sentimentos negativos como “Desconforto e medo de colocar e retirar do corpo” (i.e. categoria).

Eu tenho uma **certa aflição**, não sei explicar porque, **de algo**, assim, **dentro de mim**, colocado e **sem eu ter controle de ter ele lá** (Tradicional 9)

Já ouvi falar no **coletor**, mas acho ele muito nojento. **Não gosto de enfiar nada dentro de mim** (Tradicional 3)

É importante notar que, anteriormente, metade dessas mulheres se afirmaram abertas à

novas formas de higiene que permitissem atividades físicas ou que fossem mais confortáveis, mas, ainda assim, se mostraram avessas ao coletor e consideraram mais a possibilidade de trocar o absorvente descartável pela calcinha absorvente. A vantagem da calcinha para as mulheres alternativas foi o “Conforto”, a “Durabilidade” e a “Beleza estética” do produto (i.e. categorias). Em relação ao absorvente de pano, a desvantagem foi “Menor mobilidade em relação ao coletor” (i.e. categoria), além do “Número de trocas”, e a vantagem maior foi o “Conforto”.

Mas **quando eu vi a calcinha, eu associei à beleza** com um momento que, pra mim, não é tão bonito assim... até aquele momento. Aí eu vi **“nossa que calcinhas bonitas!”** (Alternativa 9)

Absorvente de pano tem a **desvantagem** de que **você precisa trocar** ele, é.. Tipo umas duas e três vezes por dia. A desvantagem dele é essa (Alternativa 6)

Todas as mulheres deste grupo se afirmaram satisfeitas com os produtos menstruais sustentáveis que usavam. Elas conheciam outras formas sustentáveis além das que usavam. Apesar disso, a maioria não demonstrou desejo de mudar para outra alternativa sustentável.

Eu **optei pela calcinha** [...] e **não me arrependo** e não tenho vontade de verificar outras opções (Alternativa 5)

Eu **usaria** [outras formas] só **numa necessidade** (Alternativa 8)

No quadro 4, a síntese das categorias identificadas:

Quadro 4: Categorias relacionadas aos produtos alternativos (conhecimento e sentimento)

	CONHECIMENTO (categorias)		SENTIMENTO (categorias)
Fonte de informações	- A influência das mídias sociais - A influência das amigas	Motivação para o uso	- Insegurança em relação aos produtos tradicionais
Motivação para o uso	- Prejuízos dos produtos tradicionais ao meio ambiente - Prejuízos à saúde íntima pelo uso de produtos tradicionais		
Vantagens	- Sustentabilidade do produto - Economia a longo prazo - Benefícios à saúde íntima	Vantagens	- Conforto - Conexão com o próprio corpo
Desvantagens	- Investimento inicial		
Coletor menstrual	- Uso em atividades físicas (+) - Retirada do produto do corpo (-)	Coletor menstrual	- Desconforto e medo de colocar e retirar do corpo (-) (Tradicionais)
Calcinha absorvente	- Durabilidade (+)	Calcinha absorvente	- Conforto (+) - Beleza estética (+)
Absorvente reutilizável	- Menor mobilidade em relação ao coletor (-) - Número de trocas (-)	Absorvente reutilizável	- Conforto (+)

Fonte: Elaborado pelas autoras (2020). Nota: (+) representa vantagem em destaque para o produto sustentável; (-) representa desvantagem para o produto sustentável.

4. Discussão

O objetivo geral desse estudo foi investigar a preferência e resistência ao consumo de alternativas sustentáveis de higiene menstrual entre mulheres. Como observado nos resultados, a preferência e resistência estão ligadas à diversas categorias, relacionados aos conhecimentos e sentimentos das mulheres em relação a esses produtos.

Observou-se que a preferência das mulheres alternativas em relação aos produtos sustentáveis de higiene menstrual deveu-se, principalmente, à um conhecimento dos prejuízos ambientais causados pelos absorventes descartáveis. Essa consciência ambiental, segundo encontrado por Furtado e Sampaio (2018), Santos *et al.* (2014) e Kruter *et al.* (2012) uma maior consciência ambiental pode levar a escolhas de compra mais sustentáveis. Outro fator importante foi o entendimento de que as opções descartáveis de higiene menstrual traziam prejuízos à saúde íntima das mulheres como alergias, irritações, infecções e outros problemas. Portanto, os produtos sustentáveis, além do elemento sustentabilidade, trazem consigo um benefício individual relacionado à saúde. Busca por bem-estar e preocupação com a saúde também são fatores preponderantes para escolhas de consumo mais sustentáveis, conforme encontrado por Furtado e Sampaio (2018).

Segundo Zanola *et al.* (2018), as mulheres que usam o coletor passam a se relacionar de uma maneira mais satisfatória com seu ciclo menstrual, derrubando determinados tabus. Nessa pesquisa foi constatado que, não apenas o coletor, mas as demais alternativas sustentáveis, são vistas pelas mulheres como “pontos de virada” em sua relação com seu próprio corpo e com a menstruação. A adesão a esses produtos representou uma maior conexão com seu próprio corpo e seus fluidos, desmistificando o fenômeno e naturalizando-o.

Embora tenham considerado como desvantagem a exigência de um alto investimento inicial dos produtos sustentáveis, as mulheres que preferem esses produtos percebem uma vantagem econômica alcançada a longo prazo, já que eles têm uma durabilidade que permite uma longa supressão de compra de absorventes descartáveis. Santos *et al.* (2014) Kruter *et al.* (2012), Gorni *et al.* (2012) afirmam que os altos preços podem ser obstáculos à compras mais sustentáveis, porém, nesse caso específico, esse obstáculo é superado pela percepção do custo-benefício dos produtos no longo prazo.

Também se observa como fator importante no consumo das alternativas sustentáveis de higiene menstrual a influência dos grupos de referência, em especial das amigas. A maioria das consumidoras alternativas recebeu informações ou acesso aos produtos sustentáveis de higiene menstrual através das amigas. Isso confirma Salazar *et al.* (2013) que coloca os grupos sociais específicos como fatores que exercem influência em escolhas mais sustentáveis pelos consumidores e declara que as mulheres se mostram mais sensíveis às informações de seus grupos sociais. Além disso, as mídias sociais também tiveram um papel relevante como fonte de informação dos produtos sustentáveis de higiene menstrual, o que corrobora com Felitti (2016) que afirma que as informações sobre as alternativas sustentáveis de administração da higiene menstrual circulam mais facilmente pelas redes sociais e pelo boca-a-boca.

Em relação aos fatores de resistência, o fator comum a todos os produtos foi o alto investimento inicial. Porém, devido às suas especificidades, cada produto apresentou diferentes elementos de resistência. Em relação ao coletor menstrual, o fato de ter que colocar e retirar o produto dentro do próprio corpo foi considerado pelas mulheres uma razão para não aderência ao produto por questões de medo ou desconforto. Já a calcinha absorvente, apenas o fator investimento inicial foi relevante. Já em relação ao absorvente reutilizável, também a questão da dificuldade relacionada à troca constante.

Considerando os resultados, as seguintes proposições foram estabelecidas:

P1: O foco na sustentabilidade do produto é um fator decisivo para a preferência pelas alternativas de higiene menstrual sustentáveis.

P2: A mudança para um produto menstrual sustentável é determinante para a relação mais positiva com a menstruação.

P3: O alto investimento inicial é fator decisivo na possível rejeição das alternativas de higiene menstrual sustentáveis.

Considerações finais

Essa pesquisa objetivou investigar a preferência e resistência ao consumo de alternativas sustentáveis de higiene menstrual entre mulheres. Observou-se que a questão ambiental é um fator decisivo para a adesão aos produtos sustentáveis, surgindo espontaneamente em quase todos os discursos das consumidoras alternativas.

Porém, a sustentabilidade foi complementada por outros fatores. A saúde íntima apareceu como elemento relevante nos depoimentos. É importante mencionar que a motivação das mulheres partiu de uma preocupação advinda do conhecimento em relação aos prejuízos ao corpo e ao meio ambiente causados pelos absorventes descartáveis. O fator economia a longo prazo foi também valorizado em relação à essas alternativas. O uso delas alterou positivamente o relacionamento das mulheres com a menstruação, propiciando uma relação mais íntima com o ciclo e com seu próprio corpo. Ademais, a influência das amigas e das mídias sociais teve papel importante no fornecimento de informações e no acesso aos produtos sustentáveis.

O fator de resistência mais citado foi o alto investimento inicial, visto que os produtos são reutilizáveis e precisam ser alternados entre si a cada ciclo, sendo, portanto, necessário ter vários ao mesmo tempo. Dadas as particularidades de cada produto, apareceram no discurso diferentes fatores de resistência. Para o coletor, o fato de ter que colocar e tirar do corpo causa medo e desconforto assim como podem ter dificuldade em como saber fazer isso. Para o absorvente, a alta frequência da troca torna-o um produto mais dificultoso de administrar.

A pesquisa contribuiu para a literatura de consumo sustentável ao investigar três alternativas sustentáveis de produtos menstruais (calcinhas absorventes, absorventes reutilizáveis e coletores menstruais), já que a maioria das pesquisas anteriores explora apenas o coletor. Quanto ao método, a comparação de grupos de sujeitos (tradicionais e alternativas) forneceu uma visão mais ampla em relação aos estudos passados. O estudo empírico estendeu o conhecimento sobre o consumo de alternativas sustentáveis de higiene menstrual no Brasil, visto que a literatura é incipiente.

As implicações para as empresas são úteis para as que oferecem esse tipo de produto sustentável, uma vez que o estudo apresenta fatores associados à preferência e rejeição do produto, o que propicia o estabelecimento de um marketing mix que seja mais adequado não só às consumidoras alternativas como às tradicionais. O estudo tem implicações para políticas públicas de sustentabilidade associadas à saúde íntima feminina, seja com ações e comunicação adequadas ou o incentivo a parcerias com empresas que ofereçam tais produtos menstruais. Além disso, este estudo tem implicações para o delineamento de políticas públicas de combate à pobreza menstrual. Nesse sentido, o governo poderia distribuir anualmente produtos sustentáveis de higiene menstrual, visto que a possibilidade de reutilização dessas alternativas reduz o volume de investimentos por período e viabiliza aspectos logísticos, uma vez que não seria necessário distribuir tais produtos mensalmente.

As limitações encontram-se na alta escolaridade das entrevistadas. Embora convidadas a participar da pesquisa, mulheres de baixa escolaridade demonstraram receio em expor sua intimidade e negaram a participação, ainda que o anonimato tenha sido garantido. O contexto da pandemia não permitiu o contato pessoal com os sujeitos e as entrevistas aconteceram

remotamente, estando sujeitas as falhas de conexão e consequentes interrupções nos discursos.

Sugere-se um estudo quantitativo para testar as proposições que foram colocadas nesse trabalho em relação ao papel predominante da sustentabilidade na preferência por produtos de higiene menstrual sustentáveis, o alto investimento inicial como impedimento para a adesão a esses produtos e o papel destes na melhor relação das consumidoras com seu ciclo, incluindo na amostra mulheres de diferentes idades e níveis de escolaridade para possíveis generalizações. Além disso, pesquisas futuras podem ser realizadas em contextos de comparação *cross-cultural*.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Ed. 70. Almedina Brasil, 2011.

BEKSINSKA, M. E. *et al.* Acceptability and performance of menstrual cup in South Africa: A randomized crossover trial comparing the menstrual cup to tampons or sanitary pads. **Journal of Women's Health** [online], v. 24, n.5, p 151-158, 2015.

BHOR, Gautami; PONKSHE, Sayali. A Decentralized and Sustainable Solution to the Problems of Dumping Menstrual Waste into Landfills and Related Health Hazards in India. **European Journal Of Sustainable Development**, [S.L.], v. 7, n. 3, p. 334-344, 1 jul. 2018. European Center of Sustainable Development.
<http://dx.doi.org/10.14207/ejsd.2018.v7n3p334>.

BODUR, H. O *et al.* Will you purchase environmentally friendly products? Using prediction requests to increase choice of sustainable products. **Journal of Business Ethics**, v. 129, n. 1, p. 59–75, 2015.

CASTRO, G. *et al.* Comportamento do consumidor e pesquisa de marketing. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018.

CHEN, H. L., & BURNS, L. D. (2006). Environmental analysis of textile products. **Clothing and Textiles Research Journal**, v. 24, n. 3, p. 248-261, 2006.

DAVIDSON, Anna. Narratives of Menstrual Product Consumption: Convenience, Culture, or Commoditization? **Bulletin of Science, Technology & Society**, v.32, n.1, p. 56 –70, 2012.

DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

EAGLY A. H.. Gender gaps in sociopolitical attitudes: A social psychological analysis. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 87, p. 796–816, 2004.

ELLEDEGE, Myles; MURALIDHARAN, Arundati; PARKER, Alison; RAVNDAL, Kristin; SIDDIQUI, Mariam; TOOLARAM, Anju; WOODWARD, Katherine. Menstrual Hygiene Management and Waste Disposal in Low and Middle Income Countries - A Review of the Literature. **International Journal Of Environmental Research And Public Health**, [S.L.], v. 15, n. 11, p. 2562-2582. <http://dx.doi.org/10.3390/ijerph15112562>.

FELITTI, Karina. El ciclo menstrual em el siglo XXI: Entre el mercado, la ecología y el poder femenino. **Sexualidad, Salud y Sociedad – Revista Latinoamericana**, v. 22, p. 175-206, abr 2016.

FEMME INTERNATIONAL. The issue. Toronto, 2019. Disponível em: <https://www.femmeinternational.org/our-work/the-issue/>. Acesso em 16 de set. 2019.

FLEURITY. Página Inicial. Novo Hamburgo, 2019. Disponível em: <https://fleurity.com.br/>.

Acesso em 16 de out. 2019.

FURTADO, B. A. SAMPAIO, D.O. Fatores que influenciam a intenção de compra de cosméticos sustentáveis: proposta de um modelo teórico. In: Seminários de Administração. Anais: XXI SEMEAD, São Paulo, 2018.

GÓMEZ-SÁNCHEZ, P.I *et al.* Menstruation in history. **Investigación y Educación en Enfermería**, v. 30, n. 3, p. 371-377, 2012.

GONÇALVES, Hortência de Abreu. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. São Paulo: Avercamp, 2005.

GORNI, P. M *et al.* Consciência ambiental e gênero: os universitários e o consumo sustentável. **Revista de Gestão Social e Ambiental -RGSA**, São Paulo, v.6, n. 2, p. 165-179, maio/ago, 2012.

GRUNERT, K. G. Sustainability labels on food products: consumer motivation, understanding and use. **Food Policy**, v 44, p. 177-189, 2014.

HENNEGAN, Julie. Inserting informed choice into global menstrual product use and provision. **The Lancet Public Health**, v. 4, n. 8, p. 361-362, 2019.

HOWARD, C. *et al.* FLOW (Finding Las Options for Women): Multicentre randomized controlled trial comparing tampons with menstrual cups. **Canadian Family Physician**, v. 57, P. 208-19, 2011.

INCICLO. **Página Inicial**. São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.inciclo.com/>. Acesso em 16 de out. 2019.

KAUR, R. *et al.* Menstrual Hygiene, Management, and Waste Disposal: Practices and Challenges Faced by Girls/Women of Developing Countries. **Journal of Environmental and Public Health**, V. 5, p. 1-9, 2018.

KORUI. **Página Inicial**. Florianópolis, 2019. Disponível em: <https://korui.com.br/>. Acesso em 16 de out. 2019.

KOSTADINOVA, E. Sustainable Consumer Behavior: Literature Overview. **Economic Alternatives**, n.2, junho, p.224-234, 2016.

KRUTER, G. E. *et al.* As atitudes dos consumidores em relação ao plástico verde. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v 1, n 1, jan/jun, p. 19-46, 2012.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 8ªed. São Paulo: Atlas, 2018.

MEENAKSHI, N. Taboo in consumption: Social structure, gender and sustainable menstrual products. **International Journal of Consumer Studies**, v. 44, n. 3, p. 243-257, 2020.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Consumo Sustentável: Manual de educação**. Brasília: Consumers International/ Ministério do Meio Ambiente/ Ministério da Educação/IDEC, 2005. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/publicacao8.pdf>. Acesso em 12 nov. 2019.

MORROW, S. L. Quality and trustworthiness in qualitative research in counseling psychology. **Journal of counseling psychology**, v. 52, n. 2, p. 250, 2005.

ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Meio Ambiente**, 2020. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/acao/meio-ambiente/>. Acesso em: 27 de mai. 2020.

_____. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**, 2021. Disponível em: <https://odsbrasil.gov.br/> Acesso em: 08 de janeiro de 2021

OSKAMP, S. A sustainable future for humanity? How can psychology help? **American**

Psychologist, v.55, n. 5, p. 496–508, 2000.

PANTYS. **Página Inicial**. São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.pantys.com.br>. Acesso em 16 de out. 2019.

PEBERDY, Elizabeth; JONES, Aled; GREEN, Dannielle. A Study into Public Awareness of the Environmental Impact of Menstrual Products and Product Choice. **Sustainability**, [S.L.], v. 11, n. 2, p. 473-489, 17 jan. 2019. MDPI AG. <http://dx.doi.org/10.3390/su11020473>.

SALAZAR, H. A. *et al.* Social influence on sustainable consumption: evidence from a behavioural experiment. **International Journal of Consumer Studies**, v. 37, p. 172–180, 2013

SAMPIERI, Roberto Hernández *et al.* **Metodologia de Pesquisa**. 3ª edição. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SANTOS, J.N. FERREIRA, M.C.O. BIZARRIAS, F. S. SILVA. J.G. Atitude e intenção na compra de produto sustentável. IN: Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente. **Anais....XVI ENGEMA**, São Paulo, 2014.

SEYFANG, Gill. Shopping for Sustainability: Can Sustainable Consumption Promote Ecological Citizenship? **Environmental Politics**, v. 14, n.2, p. 290-306, 2005.

SHARMA, R. JAH, M. Values influencing sustainable consumption behaviour: Exploring the contextual relationship. **Journal of Business Research**, v. 76, julho, p. 77-88, 2017.

SILVA, Mariana Vargas Braga da; SANTOS, Ana Clarissa Matte Zanardo dos; PETRINI, Maira; SILVEIRA, Lisilene. Promovendo o consumo sustentável: um estudo de caso. **Revista Pretexto**, v. 18, n. 3, p. 50-66, 26 dez. 2017. ANPAD. <http://dx.doi.org/10.21714/pretexto.v18i3.3989>.

STERN, P. C (2000). Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. **Journal of Social Issues**, v. 56, n. 3, p. 407–424, 2000.

_____. P. C. Information, Incentives, and Proenvironmental Consumer Behavior. **Journal of Consumer Policy** v. 22, p. 461–478, 1999.

TANNER, C.; KAST, S. W. Promoting Sustainable Consumption: Determinants of Green Purchase by Swiss Consumers. **Psychology & Marketing**, V. 20, n. 10, p. 883–902, 2003.

THE GUARDIAN. Disposable tampons aren't sustainable, but do women talk about it?, 27 abr. 2015. Disponível em: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2015/apr/27/disposable-tampons-arent-sustainable-but-do-women-want-to-talk-about-it>. Acesso em 15 out. 2019.

TIWARY, Anuradha R. Role of Menstrual Hygiene in Sustainable Development Goals. **International Journal of Health Sciences & Research**, v. 8, n. 5, p. 377-387, 2018.

ZANOLA, F. A. *et al.* Por dentro do copinho: um estudo sobre o consumo de coletor menstrual, PR. In: Encontro da ANPAD, 42, cód. MKT1719, 2018, Curitiba. **Anais...Curitiba**, 2018. Disponível em: http://www.anpad.org.br/eventos.php?cod_evento=1&cod_evento_edicao=93&cod_edicao_subea_o=1570&cod_edicao_trabalho=25378. Acesso em 02 de out.