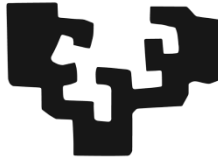


eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

EMAKUMEEN HIGIENE PRODUKTUEN IKERKETA:

Jasangarritasunaren inguruko azterketa Gipuzkoan

Gradu Amaierako Lana

Enpresen Administrazio eta Zuzendaritzako Gradua
Ekonomia eta Enpresa Fakultatea. Gipuzkoako Saila

IKASLEA: IANIRE LAZKANO

ZUZENDARIAK: LEIRE ALDAZ eta EDUARDO MALAGÓN

IKASTURTEA: 2019-2020

*“Inoiz esan ezin diren,
estalitako egien”*

(Xalbadorren heriotzean, Xabier Lete)

AURKIBIDEA:

LABURPENA	7
1.SARRERA	9
1.1 Helburuak.....	9
1.2 Metodologia.....	9
1.3 Egitura.....	10
2. TESTUINGURU ANTROPOLOGIKOA: HILEKOAREN EBOLUZIOA HISTORIAN ZEHAR	11
3. EMAKUMEZKOEN HIGIENE PRODUKTUEN EBOLUZIOA	15
3.1 Historia laburra.....	15
3.2 Konpresa eta tanpoia	16
4. EMAKUMEEN HIGIENE PRODUKTUEN AZTERKETA EKONOMIKOA	23
4.1 Tanpoi eta konpresen BEZa.....	23
4.2 Tanpoi eta konpresen gastuaren estimazioa	25
5. INGURUMENAREKIKO INPAKTUA	27
5.1 Produktuaren eraketa: barne eta kanpoko.....	27
5.2 Produktuen materialak sortzen duten kutsadura.....	28
5.3 Emakumeen higiene produktuen zaborrarekin zer egiten den	30
5.4 Emakumeen higiene produktuek eratzen duten zabor kopuruaren estimazioa ..	35
6. INGURUMENAREKIKO INPAKTUAREN MURRIZKETA	41
6.1 Garapen iraunkorreko helburuak.....	41
6.2 Ekonomia zirkularra.....	43
6.3 Emakumeen higiene produktuen aukera jasangarriak	45
6.4 Aukera jasangarri eta tradizionalen alderaketa ekonomiko eta ekologikoa	52
7. EZTABAIDA	57
❑ LEHEN AGERTOKIA: BEZaren murrizketa.....	62
❑ BIGARREN AGERTOKIA: BEZaren guztizko ezabaketa.....	63
❑ HIRUGARREN AGERTOKIA: Higiene produktuak, doakoak izatea.	64
8. ONDORIOAK	67
9. IRITZI PERTSONALA	71
BIBLIOGRAFIA	73
WEBGRAFIA	76
ERANSKINAK	79
<i>Eranskina 1: Galdetegia</i>	79
<i>Eranskina 2: Intimina enpresak bideratutako txostena</i>	82

TAULEN AURKIBIDEA:

<i>Taula 1: 16 unitateko pakete baten prezioa, supermerkatu desberdinetan.....</i>	<i>17</i>
<i>Taula 2: 16 unitateko pakete baten prezioa, Interneteko plataforma desberdinetan</i>	<i>18</i>
<i>Taula 3: 16 unitateko pakete baten prezioa, farmazia desberdinetan.....</i>	<i>18</i>
<i>Taula 4: Plastikozko aplikagailua duten 22 tanpoiko kaxaren prezioa, supermerkatu desberdinetan.....</i>	<i>20</i>
<i>Taula 5: Plastikozko aplikagailua duten 22 tanpoiko kaxaren prezioa, Interneteko plataformetan.....</i>	<i>21</i>
<i>Taula 6: Plastikozko aplikagailua duten 22 tanpoiko kaxaren prezioa, farmazietan.....</i>	<i>21</i>
<i>Taula 7: Urte batean, emakume batek tanpoi zein konpresetan gastatzen duen diru kantitatearen estimazioa.....</i>	<i>25</i>
<i>Taula 8: Emakume batek, hilekoa pairatzen duen urte guztietan zehar, higiene produktueta gastu beharreko diru kopuruaren estimazioa.....</i>	<i>26</i>
<i>Taula 9: Urte batean, Gipuzkoan, hilekoa eduki dezaketen emakumezko guztiak gastatzen duen diru kantitatearen estimazioa.....</i>	<i>26</i>
<i>Taula 10: Gipuzkoak eskuratzen duen zergen diru bilketaren eta emakumezkoen higiene produktuek duten BEZagatik eskuratzen den kantitatearen arteko alderaketaren estimazioa.....</i>	<i>26</i>
<i>Taula 11: Tanpoiaren konposizio kimikoa.....</i>	<i>27</i>
<i>Taula 12: Konpresen konposizio kimikoa.....</i>	<i>28</i>
<i>Taula 13: Gipuzkoa mailan sortzen den errefusa kantitatea (2014-2018).....</i>	<i>36</i>
<i>Taula 14: EAEko biztanleria, lurralde-eremuaren, adin-talde handien eta sexuaren arabera (2019/01/01).....</i>	<i>37</i>
<i>Taula 15: Emakume batek zein Gizpukoan hilekoa eduki dezaketen emakumeen odoltze egunen zenbatekoaren estimazioa, 2019 urtean.....</i>	<i>38</i>
<i>Taula 16: Urte batean, Gipuzkoa mailan, erabiltzen diren tanpoi/konpresa kopuruaren estimazioa.....</i>	<i>39</i>
<i>Taula 17: Gipuzkoa mailan, hilekoa izan dezaketen emakumezkoek sortzen duten errefusa kopurua, higiene produktuen erabilperaren ondorioz, 2018.....</i>	<i>39</i>
<i>Taula 18: Gipuzkoa mailan sortzen den errefusaren guztizkoa vs emakumezkoen higiene produktuengandik lortzen den kopurua.....</i>	<i>40</i>
<i>Taula 19: Ekoizpen eta kontsumo arduratsuen deskribapena eta helburuak.....</i>	<i>42</i>
<i>Taula 20: Genero berdintasun eta Hiri eta komunitate iraunkorraren deskribapena eta helburuak.....</i>	<i>42</i>
<i>Taula 21: Ekonomia zirkularraren 7Ren kontzeptua.....</i>	<i>43</i>
<i>Taula 22: Europar Batasunak egin zuen proposamena, ekonomia zirkularrean.....</i>	<i>45</i>
<i>Taula 23: Ekonomia zirkularrarekiko estrategia, Euskadi mailan.....</i>	<i>45</i>
<i>Taula 24: Kopa menstrualaren prezioa, supermerkatuetan.....</i>	<i>49</i>
<i>Taula 25: Kopa menstrualaren prezioa, salmenta elektronikoa eskaintzen duten plataformetan.....</i>	<i>49</i>
<i>Taula 26: Kopa menstrualaren prezioa, Interneteko beste web guneetan.....</i>	<i>49</i>

<i>Taula 27: Kopa menstrualaren prezioa, farmazietan</i>	49
<i>Taula 28: Hilekoarentzako kuleroen prezioa, marka espainiarretan</i>	51
<i>Taula 29: Tanpoi, konpresa eta kopa menstrualaren arteko alderaketa</i>	52
<i>Taula 30: Higiene produktu intimoetarako, lehen markak erabiliz gero; kopa mestruala erabiltzearen aurrezkoa, tanpoi eta konpresarekiko</i>	53
<i>Taula 31: Higiene produktu intimoetarako marka txuria erabiliz gero; kopa menstrualala erabiltzearen aurrezkoa, tanpoi eta konpresarekiko</i>	53
<i>Taula 32: Produktu “tradizional” eta “modernoek” sortzen duten zabor kantitatearen alderaketa.....</i>	54
<i>Taula 33: Gipuzkoan hilekoa pairatu dezaketen emakume guztiek kopa menstrualarekin edo tanpoi zein konpresen erabilpenarekin sortzen duten zabor kantitatea.....</i>	54
<i>Taula 34: Hilekorako kuleroak erabiltzeak, sortzen duen gastua (2 urtez).....</i>	55
<i>Taula 35: Oihalezko konpresen eta tanpoien arteko konparaketa ekonomikoa 5 urtetan</i>	55
<i>Taula 36: Inkesta erantzun duten emakumeek erabiltzen duten aukera, hilekoarentzako</i>	59
<i>Taula 37: Emakumezkoen higiene produktuen arteko alderaketa, ekonomikoki.....</i>	67
<i>Taula 38: Emakumezkoen higiene produktuen arteko alderaketa, ekologikoki.....</i>	68

GRAFIKOEN AURKIBIDEA:

<i>Grafikoa 1: Konpresen eta tanpoien prezioa, munduko beste herrialdeetan (€), 2017an</i>	22
<i>Grafikoa 2: Emakumeen higiene produktuei aplikatzen zaien BEZa (ehunekotan), 2017 urtean</i>	24
<i>Grafikoa 3: Tanpoi eta konpresei ezartzen zaien zerga, munduko herrialdeetan, 2019 urtean</i>	24
<i>Grafikoa 4: Zabortegetan utzitako hiri-hondakinak (kg/pertsonako), herrialdearen arabera (2003-2018)</i>	33
<i>Grafikoa 5: Emakume-kopurua, 12-51 urte bitartean, Gipuzkoa mailan (2019/07/01)</i>	38
<i>Grafikoa 6 eta 7: Galdetegiko emakumeek, kopa menstrualala Internet bidez eskuratu dutenean, ordaindu duten zenbatekoak</i>	50
<i>Grafikoa 8: Uste duzu emakumezkoen higiene produktuen prezioetan aldaketa bat eman behar dela?</i>	61
<i>Grafikoa 9: Jakin badakizu higiene produktuek zenbateko BEZa daukaten?</i>	61
<i>Grafikoa 10: Higiene produktuen tratamendu fiskalean, emakumeek, egingo lituzketen aldaketak</i>	62

ARGAZKIEN AURKIBIDEA:

<i>Argazkia 1: Goian Euroservhin eta behean Serkontenen kontratatu daitezkeen edukiontziak</i>	32
<i>Argazkia 2: Hiri-hondakin solidoak tratatzeko zentroak, Espainian</i>	32
<i>Argazkia 3: Hiri-hondakin solidoak tratatzeko zentroak, Gipuzkoan</i>	33
<i>Argazkia 4: Ekonomia lineala vs Ekonomia zirkularra</i>	43
<i>Argazkia 5: Liburuak etxeko txikientzat</i>	58
<i>Argazkia 6: Liburuak, asoziazioak eta erakundeak</i>	59
<i>Argazkia 7: Emakume zenbaitek egin dituzten aldarrikapenak</i>	62

LABURPENA

Gipuzkoa mailara mugatua izan den ikerketa sakon honetan, emakumezkoen higiene produktuen azterketa bat jorratuko da, gaur arte, merkatuan topa daitezkeen aukera tradizional (tanpoia eta konpresa) eta modernoen (kopa menstruala, hilekoarentzako kuleroak eta oihalezko konpresak) analisi bat gauzatuz; ikusmira ekologiko, ekonomiko eta sozial batetik.

Bertan, bi hautabideren arteko konparaketa eginez, aukera jasangarrien aldeko apostuaren zergatiak aipatuko dira, batez ere, sortzen duten ingumen-inpaktu urriagatik. Hortaz, emakumezko gehienen artean, kopa menstruala bezain ezagunak ez diren beste artikulen aipamena ere egingo da, ezagutza eman nahian.

Gainera, lehen premia bat asetzeko, beharrezkoak diren produktu hauek duten balio erantsiaren zergaren inguruko hausnarketa bat burutuko da, agertoki desberdinen planteamenduaren laguntzaz, honen murrizketa edo guztizko ezabaketa proposatuz.

Bestalde, gai honekiko, hilekoarekiko, dauden estigma eta tabuak ekiditeko, ezarrita dagoen hezkuntza sistemaren aldaketak zerrendatuko dira; prozesu biologiko honek, behar duen bisibilitate eta naturaltasuna lortu dezan.

1. SARRERA

Gogora ekarri behar da, asko izan direla, emakumeek, historian zehar, gizarten eduki behar duten tokia eskuratzeko xedearekin, egin dituzten ekintza eta mugimenduak. Haien borrokari esker, egun, obligazioak edukitzeaz gain, *eskubideak* ere eduki baditugu; besteen artean, hain funtsezkoa iruditzen zaigun lanerako zein botorako boterea. Tamalez, XXI.mendean, oraindik, egiteke, asko dagoenez, nire gradu amaierako lana, emakumezko higiene produktuengan burutzea erabaki dut, horrela, bide batez, emakume ausart horiei omenaldia egiteko eta sorodidatea adierazteko, hau da, sexu-diskriminazio testuinguru batean, emakumeen arteko elkartasuna emateko.

1.1 Helburuak

Gizartearen pentsamenduan, gai honekiko dauden estigma eta tabuak ikusiz, interesgarria iruditu zitzaidan oso, ikerketa hau egitea, gauzak aldatuko direlaren esperoan. Horregatik, lehenik eta behin, hilekoari bisibilitatea ematen saiatu naiz, menstruzioa, odola besterik ez delaren aldarripanean oinarrituz, eta gai honek sortzen duen lotsa eta ukazioa, harrotasunean bihurtuz; prozesu biologiko honek, emakumeen burua ezagutzeko, maitazeko eta ahalduntzeko aukera bezala kontsideratuz.

Bestalde, lanaren beste helburu bat, emakumezkoen higiene produktuek jasaten duten tratamendu fiskalaren zein ekonomikoaren inguruko informazioa plazaratzeaz gain, urte batean zein hilekoa pairatzen den urte guztien buruan, emakume batek, odoltzeari aurre egiteko, produktu hauetan egin beharko duen gastuaz jakinaztea da. Hain zuzen ere, askok, produktu hauei, BEZaren zer zenbateko aplikatzen zaien ez jakiteaz gain, ez dira jabetzen, kontuak kontu, suposatzen duen gastu bidegabeaz, hilabete behin edota bi hilabetez behin erosten direlako.

Aitzitik, merkatuan nagusi diren tanpoi eta konpresek, aukera tradizional bezala haintzat hartzen direnak, sortzen duten ingurumen inpaktu larriaz jakinaztea ere du xede ikerketa honek. Bizpahiru urte arte, produktu hauen osaketa kimikoaren berrik ez egoteaz gain, modu inplizitu batean bada ere, hilekoarentzako hautabide bakar bezala adierazi ohi ziren, menstruzioa ahalik eta modu oharkabenean edukitzeko intentzioarekin, emakume bakoitzak behar desberdinak dituela ekidinez.

Azken urteetan, gure planetak jasaten ari dituen eragin bortitzak zein diren, aipatu ere ez dira egin behar. Hortaz, emakumeen higiene produktuak, efektu horren beste eragile direla jakinik, ingurumen inpaktu hori murriztearren ezarri diren estatu zein nazio mailako helburuak eta ekonomia sistema berria, ekonomia zirkularra, aipatuz, lanaren beste asmoetako bat beteko da: ingurumen inpaktua nola murriztu daitekeen. Horretarako, aukera jasangarrien ezagutaraztea gauzatu nahi da; ikuspuntu ekologiko, ekonomiko eta sozial batetik, erabilpena sustatzearren, abantailak zerrendatu direlarik.

Beraz, ikerketaren azken helburu, iturri ofizialetik lortu diren datuak, norberak egindako galdetegi propiotik lortutako emaitzekin kontrastatuz; eztabaida bat irekitzea izango da, ikuspuntu sozial, ekonomiko eta ekologiko batetik begiraturaz. Honako hau, gradu amaierako lan honen ekarpen nagusia izanik.

1.2 Metodologia

Beraz, xede nagusienak zein izango diren jakin eta gero, lanaren metodologia deskribatuko da. Esan beharra dago, ezer idazten hasi aurretik, luzez jardun nuela, bestelako iturrietatik, gaiaren inguruko informazio desberdina irakurtzen eta niretzat erabilgarria izan ziteekena, eskuratzen. Horretarako, alde batetik, iturri ofizialetara jo nuen, hauek eskaintzen duten sinesgarritasuna dela medio, datu estatistiko eta txosnetak neregantzeko. Aldiz, ikerketa honen gaia zein den haintzat harturik, gogora ekarri behar da, menstruzioari buruzko xehetasun asko bertan aurkitzea zaila egiten dela oso. Horregatik, lanaren azken orrietan ikus daitekeen bezala, non esteka dezente

topa daitezkeen, iturri ez ofizialak ere kontsultatu behar izan ditut; batik bat, blog, webgune eta aldizkariak, behar izan ditudan datuak eskuratzeko.

Behin hori begi aurrean izanik, idazteari ekin nion. Dokumentua aurrera zihoan neurrian, hilekoari eta honen inguruko gaietarako buruzko argibide zehatzagoen beharra sortu zitzaidanez, Interneten edozer gauza aurki daitekeen arren, arlo honetan espezialistak diren pertsona zein enpresa egokiek harremanetan jartzea izan da beste urratsetako bat, bai posta elektronikoz bai telefonoz, fidagarritasun altuko datuak eskuratzeko gogoz.

Prozesu horren erantzunak, ikerketan zehar ikusgarri daude, izan ere, alde batetik, Hernaniko farmazia desberdinetara joanez, *Castilla-Larburu*, *Karmele Aizpuru eta Jorge Miguel Echeveste Elosegui*, emakumezko higiene produktuen prezio eta eskaintzaren barietatearen informazioa jaso baita. Bestetik, Pilar Ruiz Guerrera, Intiminako marketin eta komunikazio arduradunarekin eta Euroservhi enpresan lan egin zuen langile batekin solastu da, non emakumee barne-osasunaren alderdiak zaintzera eskaintzen den konpainia eta higiene-zerbitzuetan jarduten duen enpresak diren, lehen eskutik datuak beregantzeko.

Hortaz, erabili den informazioa nundik bereganatu den jakin ostean, eta feminismoari zein giza-zientzietarako buruz hitz egiten duen liburuaren irakurketa ere baliagarri izan dela aipatu eta gero, analisi enpiriko bat gauzatzeko aukera eman duen, norberak egindako inkesta bat ere egin dela adierazi behar da, arestian aipatu den eztabida irekitzeko aberasgarria izan dena.

Doako aplikazioa den “*Google forms*”en, hemeretzi galderek osatzen duten inkesta¹ bat egin da, non berehalako mezularitzako aplikazioak, “*Whats App*”, eskaintzen duen azkartasun eta difusio aukeraren bidez, ezagunen artean bidali da, ahalik eta erantzun gehien eskurtzeko xedearekin. Hasiera batean, inkesta Gipuzkoako emakumeen artean igortzea zen helburu, ikerketa hau, lurralde historiko honetara mugatua izan baita. Aldiz, aplikazio honek duen ahalmen eta arrakastaren ondorioz, baieztatu daiteke, mugak gainditu egin direla eta beste lurralde batzuetara ere iritsi dela. Eskuratu diren emaitzei dagokienez, esan daiteke, nahiko esanguratsuak izan direla; izan ere, lortu diren 1.655 erantzun horiek, Gipuzkoan hilekoa eduki dezaketen emakumezkoen kopuruarekin alderatuz, %1a osatuko luke. Horrek, ikerketan egin diren datu-contrasteak egiterako garaian, benekotasun puntu nabarmen bat izanik.

1.3 Egitura

Gradu amaierako lana, atal desberdinetan egituratu da; lehenik, gaiaren testuinguru antropologikoarekin hasiz, historian zehar, hilekoak izan duen eboluzioa aipatuko da. Bigarrenik, gaur egun merkatuan nagusi diren tanpoi eta konpresa bezalako produktuen bilakaera jorratuko da, hauek duten tratamendu fiskalean zein ekonomikoan ere murgiltzen garelarik.

Ondoren, aukera tradizionaltzat hartzen diren horiek, ingurumenean sortzen duten inpaktua gogora ekarriko da, segidan, eragin hori murrizteko grinarekin, aurrera eramanez diren sistema, helburu eta aukera jasangarriak zerrendatuz. Amaitzeko, jasotako informazio guztiaz baliatuz, eztabaida bat irekitzeaz gain, ondorio orokor batzuk aterako dira ikusmira ekologiko, ekonomiko eta sozial batetik. Gainera, lanari bukaera borobil bat ematearren, iritzia pertsonala ere emango da.

¹ Galdetegiaren galderak, eranskinetan eskuragarri topa daitezke eta nahi izanez gero, ikerketaren egilearen harremaneta jarriz gero, emaitzak bereganatu daitezke.

2. TESTUINGURU ANTROPOLOGIKOA: HILEKOAREN EBOLUZIOA HISTORIAN ZEHAR

Gizonezkoengatik eta gizonentzako idatzia eta pentsatua izan da, historia. Asko izan dira egon diren gertakariak, baina bertan emakumezkoen arrastoren bat aurkitzea zaila egiten zaigu oso, izan ere, beraiantzat ez da lekurik egon; munduko populazioaren ehuneko berrogeita hamarrak osatzen duen taldea den arren, isilarazitako kolektibo bat izan da denbora luzean zehar.

Betidanik, gizonezkoa baino gutxiago dela kontsideratua izan da, bai ume baten eskubide berdin bai klase sozial baxuenaren parte izanik; bozkatzeta debekatuta zuten, ezin ziren nahi bezala jantziak joan, ezin ziren ikastetxe zein unibertsitateetara joan eta are gutxiago kargu publikoetan hautatuak izan... eskubide horiek kontrako generoak soilik izan zitzaizkeelako (Castedo, 2016).

Ondorioz, gizarte-antolaketa patriarkatuan hezi eta hazten da jendea, gizonezkoaren autoritate eta lidergoa nagusi den, mundu-erakundearen jasanegia. Aurten ikasi dudan *andozentrismoa* hitza, izan da, mendeetan zehar, gure gizartea menderatu duen joera; gizonezkoa unibertsoaren erdigunean ezarritik. Horregatik, haiei sortzen zaizkien aferak, gizarte-arazo bezala kontsideratzen dira eta emakumeei sorrarazten zaizkienak, aldiz, "emakume arazo" izena hartzen dute (Dolera, 2018).

Bertan, ikerketa honetan zehar hitz egingo dugun gaia, zalantzarik gabe, kokatzen da: *hilekoa*. Izan ere, arrazoi sozial, politiko, sexual, sineskeriatsu edo erlijiosoengatik hitz baten erabilera saihestu behar denean, **tabu** bat sortzen da. Hitza, menstruazioa, existitzen da, bai, baina haren enpleguak komunitate edo talde sozial batzuen arbuizak eragiten duenez, zentsuratua izaten da (Fernandez, 2018). Azken finean, balore tradizional nagusien, erlijioaren aginduen edo politikaren dogmarekin bat ez datozen gaien gainean ezartzen dira tabuak, naturaren kontraketat kontsideratzen direlako (ikus "*Definición de tabu*" web orria).

Hori dela-eta, asko izan dira, aldaketaren alde egon diren mugimendu feministak non denek garrantzia izan duten, guztien helburu nagusia: emakumeen liberalizazioa eta beren eskubideen aldarrikapena lortzea izan baita, berdintasuna lortzearen alde borrokatu da alegia. Baina hiru etapa izan dira bereizgarrienak; XVIII.mendeko Ilustrazio eta Frantziar iraultza, herritaren eskubideen proklamazioa eginez, XIX.mendearen erdialdetik XX.mendearen hasierararte eman zen sufragismoa eta hirurogeiko hamarkadatik gaur egun arte eman den feminismo garaikidea (Dolera, 2018).

Aldiz, egin ziren aurrepasoak alde batera utzi behar ez diren arren, 1967-1975 urte bitartean izan zen, benetako aldaketa iritsi zen garaia, feminismo radikalaren sorrerakin: legeak egiteko, bozkatzeko eta lanerako aukera izateak, ez baitzuten berdintasuneko harremanak sortzen. Beraz, patriarkatuak eratu duen hezkuntza, kultura eta sexualitatearen haustura bat eman nahi zen, emakumeen autokontzientzia taldeak gauzatu. Bertan, batik bat, haien artean hitz egitea zen xede nagusia, haien gorputza ezagutzen zuten bitartean (Dolera, 2018).

Hortaz, pixkanaka, gizarteak tabuak zituen gaiak azaleratzen hasi ziren, menstruazioa, horietako bat izanik, **eufemismo** deituriko adierazpenak erabiliz; hizkuntzan sortzen diren hutsei izena ematen dioten adierazpenen erabilpena sortu baitzen. Horren eraginez, menstruazioa daukagula esan ordez, mila eta modu sortu dira hilekoa daukagula esateko, "*mis días*", "*la amiga comunista*", "*ha venido mi prima*", "*el tomate*", "*mi amiga Inés, la que viene cada mes*"... Zerrenda amaigabe bat egin genezake horrelako espresioekin, biztanleriaren erdiak hilekoa duen arren, mundu osoa hortaz izkutuan hitz egitea erabiki duela adierazle dena.

Egunerokatasunean, esatera horiek, maiz entzuten ditugu baina, ingurunean entzuten dugunak, gizarteak gai batekiko duen jarrera bultzatzen duen arren, ikusten

dugunak ere eragina du, non iragarkiak izango lirateke adierazle nagusi. Bizi garen kontsumismo eta merkatu lehiakorren fruitu, asko izan dira marka desberdinek, emakumeen higiene produktuak saltzeko asmoz, egin dituzten iragarkiak. Aldiz, 70 urte pasa behar izan dira, telebistan, lehen aldiz, likido urdin edota hodeiak alde batera utzi eta odola, bere benetako kolorez, erakustera ausartu den enpresa bat ageri izan den arte.

BodyForm, marka britainiarra, izan da lehena. “*Blood Normal*” konpainiaren bidez, bizitzako egoera errealak erakusten ditu, hala nola; harreman sexualak, dutxatzen garen bitartean izaten ditugun odol jarioak, komunera joan behar garenean tanpoi zein konpresa bat, naturaltasunez, eskuan hartzearen ekintza, tripa edo buruko min bortitzak... gizon bat konpresa pakete bat erosten ere agertzen da, normalizazioa eman nahian (Olmos, 2017).

Ikus dezakegunez, mendeetan izkutuan eraman den gaia izan denez, ikusgai bihurtzea izan da jende askoren helburu. Ez da txarra, ez da zikina eta ez da lotsagarria; ez du errurik ezta nazkarik sorrarazi behar, gorputz femeninoaren funtzio biologikoa da. Hortaz, eta perspektiba desberdinei salaketa egin nahian, gaur egun, mugimendu eta argitalpen franko egin dira:

- ❑ “Sangre Menstrual” bezalako kolektiboak sortu dira hilekoari naturaltasuna emateko xedearekin. Mugimenduaren parte diren emakumeak, galtzetan odola dutelarik kalera ateratzen dira. (Ikus “*Sangre Menstrual*” web orria).
- ❑ Duela bi urte, olerkari kanadiarrak, Rupi Karurrek, egon den erreinbindikazio publiko masiboenetako bat egin zuen non bere sare-sozialetan, galtzetan zein maindireetan, odol orbanak isladatzen zituen argazkiak argitaratu zituen, menstruzioaren inguruan dugun kontzeptua desmitifikatzeko (Moreno, 2015)
- ❑ Erakusketak ere egiten hasi dira gaiari sentsibilizazioa emateko desirarekin. Adibidez, “*Manchate las Bragas*” izena hartzen duen erakustaldian, tabua denaren gaiari buruzko informazioa eta emakumeek erabil ditzaketen objektu desberdinak aurkezteaz aparte, hilekoa izateagatik entzun behar diren espresioak jasotzen dira (Llamas 2019).
- ❑ Sare sozialen agerpenak, adierazpen askatasunaren sustatzaile, lehen hitz egiten ez ziren gaiez mintzatzearen erraztasuna ekarri dute. Youtube, bideoak partekatzeko dagoen plataforma birtuala, izan da azken urteotan honen adierazle nagusi. Izan ere, bertan, neska gazteenek, *millennials* deiturikoak, haien kanaletan, askatasun osoz solasten duten beraien menstruzioaren esperientzia pertsonaletaz baita erabiltzen dituzten metodo desberdinetaz.

Urteak aurrera doazen heinean, gizartearen pentsatzeko eran, aldaketak ere ematen dira, eboluzionatzen dugunaren seinale. Horren ondorio, geroz eta gehiago dira, hilekoari naturaltasuna emateko egiten ari diren ahaleginak, eskaintzen den informazio kopuruak ikaragarri egin baitu gora gure aiton-amomen garaiarekin alderatuz. Izan ere, espezialistak daude gai honen inguruan, telebistan iragarki anitz aurki ditzazkegu, sare sozialetan tutorial eta eztabaidak daude, lagunen artean ohikoa da bakoitzak topatu ditzakeen arazoetaz hitz egitea eta etxean, familiarekin, nola sentitzen zaren bezain normala da komuneko kajoian konpresa zein tanpoiak aurkitzea.

Arestian aipatu dugun egungo egoera hori, gure arbasoekin alderaketuko dugu: “*la historia nos ayuda a ponernos en contexto frente a lo que sucede hoy*” (Friedrich Engels 1820-1895). Emakumezkoek “egun horiek” zituztelaren jakinaren gain zeuden arren, prozesu biologiko hori irizpide moral eta etikoekin bat ez zetorrenez, historian zehar, errealtatea izkutatu nahian, makina bat mito desberdin sortu zituztela oharzen gara, non adin desberdineko emakumeen bizitza erabat zailtzea eragiten zuten. Tamalez, munduko toki askotan, horrelakok existitzen jarraitzen dute.

Hortaz, kokapen geografiko eta sinismen desberdinen arabera mila eta bat pentsamendu egon dira hilekoaren inguruan. Emakumeek isolatuta, batzuetan, hostoez eginiko txabola batean, sukaldatu gabe eta bizulik egon behar edota odol hori boteretsua zela usten zutenetik, emakumeek isurtzen zuten odola, botetean gordetzean, suge zein pozoian bilakatzen zen arteko burutapenak zituzten. Bestalde, gizon zein animaliei gerturatuz gero, hauek, boterea galdu zezaketelakoan zeuden, baita, harreman sexualak edukiz gero, gaixotzeko arriskua izan zezaketela baieztatzen zuten. Gainera, gizon judaterrek hilekoa pairatzen zutela esaten zen, odoltean galtzen zuten odol kantitatea berreskuratzeko, kristau haurren bilaketa gauzatu behar zutelarik (Sanguino, 2015).

Esandakoak esanda, antzinan zituzten usteak ezagutu berri ditugu eta, zegoen informazio falta eta emakumeak zuen gizarte papera kontuan hartuz, gerta daiteke, irakurritako hain harrigarria ez iruditzea. Arazoa da, egun, leku askotan, ez soilik herrialde azpigaratuetan, kultura bakoitzaren sinismenetan oinarrituz sortzen baitira superstizioak, oraindik horrelako pentsamenduak daudela: lurralde batzuetan, emakumeak ezin dira tenpluetan sartu ezta elikagiak ukitu ere, besteetan, ez zaie beste pertsona baten ondoan jatea edota lo egitea baimentzen. Gainera kasu askotan, espazio publikoetarako sarbidea debekatzen zaie (Camino, 2017).

Bestalde, Iranen, neska gazteen %48ak, hilekoa gaixotasun bat dela uste du; Japonian dastamenaren oreka galtzen dutela diote; Nepalen, ordea, emakumeak isolatuta egon behar dute egun horietan eta "gela ilunetan" sartzen zaie, osasun baldintza oso urrietan eta inorekin inongo kontakturik izan gabe; Tanzania eta Bangladesehen, odola ikusten duen oro, madaritu geratuko delakoan daude eta erabiltzen dituzten oihal menstrualak lurperatuak izan behar dira, espiritu txarra ez gerturazeko; Bolobian, erabiltzen dituzten higiene produktuak ezin dira gainontzeko zaborrekin nahasi, kantzerra bezealako gaixotasuna sortu dezakeelako.

Behin, herrialde desberdinetan, hilekoarekiko duten pentsamendua ezagutu ondoren eta hilekoarekiko egon den eta dagoen jarrera zein den ezagututa, ikerketaren ondorengo atalean, historian zehar erabili izan diren metodo desberdinak aipatuko ditugu, gaur egun, gure supermerkatu, farmazia zein Interneten eskuratu ditzazkegun produktuetera iritsi arte; tanpoia, konpresa eta kopa menstrualak, batik bat. Ondoren, tanpoi zein konpresek eratzen duten hondakin kantitatea adieraziko da non ekonomia zirkularra eta garapen iraunkorreko helburuen ikuspuntua aplikatuz, ingurumenarekiko inpaktua murriztu nahian, bide jasangarriagoen aipamena egingo den.

3. EMAKUMEZKOEN HIGIENE PRODUKTUEN EBOLUZIOA

Etorkizunari begiratzuz bizi gara orainean, zer gertatuko denaren esperoan. Aldiz, iraganean zer gertatu zenaren jakituari izateak, garrantzia handia du oso; Jorge Ruiz filosofo espainiarraren esaldi famatuak dion bezala “*Quién olvida su historia está condenado a repetirla*”.

Horregatik, aurreko kapituluan, emakumearekiko eta, batez ere, gure lanaren ardatz nagusia den mesntruazioarekiko, egon den mundu pentsamenduaren ikuspen global bat egin da, gaur egungo egoerara nola iritsi garen jakin ahal izateko. Atal honetan, lehenik, urteetan zehar, tabua izan den zikloari aurre egiteko egon diren metodo desberdinei egingo zaie erreferentzia, gaur egun, merkatuan nagusi diren bi produktuetara; tanpoia eta konpresa alegia, nola heldu garen ulertzeko. Sekzioarekin amaitzeko, hiru banaketa-kanal desberdinetan; hots, supermerkatu, farmazia eta Interneten, topa ditzazkegun prezioen, beti ere unitateko, konparaketa simple bat egingo da.

3.1 Historia laburra

Harrigarria dirudien arren, nahiz eta bizitza osoan hilekoa existitu den, duela gutxi arte, emakumeak bere kabuz bilatu behar izan ditu metodo desberdinak, mesntruazioaren arazo praktikoen aurka borraatzeko, hau da, odoltzeari aurre egiteko. Denboran zehar atzera eginez, industrializazioak eragin nabaririk ez zuenean, eta eskualde bakoitzean zeuden baliabideak zein ziren jakinda, “irtenbide” desberdinekin egiten dugu topo.

Egiptoarrak ohialez baliatzen ziren eta gerripeko baten antzeko zerbait eratzen zuten odola bertan geratzeko; papiro heze eta leuna ere erabiltzen zuten tanpoi gisa. *Erromatarrek*, aldiz, artile-konpresak nahiago zituzten. *Grekoek* dagokienez; ileetan, ohialetan eta antzeko beste material batzuetan bildutako zur-zati txikiak erabiltzen zituzten euskarri bezala. *Ipar-Ameriketako*, bufalo azala erabiltzen zuten eta Ameriketako beste lekuetan, ordea, txerri azala. *Mediterraneo* aldean, belaki naturalak.

Bitartean, *Erdi Aroan*, gure arbasoek, irakurritakoagatik, esan dezakegu, ez zutela ezer erabiltzen. Izan ere, sexualitatearekin eta feminismoarekin erlazioa zuten gaiek lotsazko sentimendu erlijioso bati lotuta zihoazen. Hortaz, periodoa izateak, emakumea sozialki gaizki uzten zuenez, oso normala zen honi buruz ez hitz egitea, izkututzea edota disimulatzea.

Baliteke, noizbehinka, material xurgatzaile zein trapuak erabiltzea baino normalean soinekoetan odoltzen zuten, Sara Readeren hitzetan. Gainera, Greg Jenner historialariak dioenez, Erdi Aroko Europan, emakumeek, kolore iluna erabiltzen zuten haien jantzietarako, odolaren kolorea ikus ez zitezen eta bai lepoan bai gerrian loreak eramaten zituzten usaina disimulatzeko.

Beraz, ondoriozta dezakegu, konpresa edota tanpoien komertzializazio eta asmakuntzaren aroa baino lehenago, Erdi Aroan, emakumezko askok, odolari aurre egiteko, soilik, haien arropa erabiltzen zutela. Beste gutxi batzuk, aldiz, kuxin edota ohialen metodoa aukeratzen zuten egun horiek ahalik eta modu oharkabeenean pasatzeko; eskuz, izkutuan, besteek mesntruazioa zutela jakitea gaizki ikusita zegonez, zikindutakoak garbitzen zituztelarik.

1899.urtean, berriz, mediku alemaniar batek, “*Salud en la casa*” liburua idatzi zuen eta “arropan odoltzea nazkagarria” zela adierazi zuen, baita, “4-8 egunetan zehar pieza bera janztearen ondorioz, infekzioak sorraraz zitezkeela” baieztatu zuen, osasunarentzako kaltegarria zela esanez. Aldiz, gizartean zegoen klase desberdintasuna zela-eta, tamalez, ekamume nekazari zein behartsuek ezin ziren arropaz egunero aldatu eta are gutxiago, ohialezko apositoen erabileraz baliatu.

Hori dela-eta, XIX.mendean eta mediku alemaniarren gomendioak jarraituz, pixkanaka, osasuna mantentzearen, gailu menstrualen erabilera hasi zen; trapuak, material xurgatzaileak, konpresak... XIX.mendearen amaieran, “*Indianako osasun-zinta*” sortu zen non emakumeak, gerriaren inguruan kuxinak edo garbitu zitezken konpresak jar zitzaizketen, arroparen azpitik gerriko itxura zuen zinta zutelarik.

Beraz, hurrengo atalean, garai hartatik geroztik, gaur egungo tanpoi eta konpresa bezala ezagutzen ditugun produktuetara heldu ahal izateko, egin ziren asmakizun eta ahaleginak aipatzerai ekingo diogu; alde batetik, haien eboluzioa zein izan den jakin ahal izateko eta bestetik, egun, supermerkatu, farmazia eta Internet bidez eskuratu ditzakegun hauen prezioa zein den ezagutzen.

3.2 Konpresa eta tanpoia

Historian zehar, emakumearen askapenarekiko egon den betoaren ondorioz, hainbat gaiekiko pentsamendu zaharkitu bat irudikatu denez, ohiturak aldatzeko egin diren esfortzuak, handia izan dira oso. Horietako bat, emakumezkoen higiene produktuen merkaturatzea izan zen, teknologia eta zientziak aurrera egin duten neurrian, hainbat produktu desberdin komertzializatu dira haien egunerokotasuean errazteko. Gainera, merkatuaren lehiakortasunaren fruitu, fabrikatzaile desberdinak azaldu dira diseinu, prezio eta mota anitzak eskeiniz.

Jarraian, produktu hauen ezagutza orokor bat izateko, beharrezko informazioa plazaratuko da, banaketa kanal desberdinen arteko konparaketa bat eginez.

a) Konpresa

Lehenik, **konpresa** aztertuko dugu, tanpoiarekin batera gehien erabiltzen diren bi produktu nagusiak direlako. Beste asmakizun batzuen antzera, osasun toallek, historian zehar garrantzi handia izan dute, izan ere, honen atzetik pentsamendu politiko-sozial askoren aldaketa dago, hala nola, hilekoaren ikusgaitasuna.

Asmakuntza iritsi zen bitartean, emakumeek, odolari aurre egiteko, etxean zeuzkaten ohialez egindako eskuohilak erabiltzen zituzten edota etxean jada zeuzkaten material desberdinen berrerabilpenaz baliatzen ziren; nahiz eta, lekuan mugitu gabe gelditzea zaila izateaz gain, xurgatzen zuten fluxu kantitatea urria zen oso. Beraz, XIX.mendearen zatirik handienean, etxean egindako franelazko edo ohialezko arropak ziren hilekoarentzako aukera bakarrak (Pinto, 2019).

Honek ez du esan nahi, merkaturatzea beste aukerarik aurkitu ez genezakeenik baina klase sozial altuenetako emakumeek soilik eskuratu zitzaizketen, 1870 urtetik aurrera, etxez etxeko ateetara joanez saltzen ziren erabili eta botatzeko edo ohialezko eskuohilak. Mende aldaketarekin batera, gaizki garbitutako produktu berreabilgarrietan zeuden bakterioen hazkundeari buruzko kezka agertu zen eta 1800-1900 urteetan, berrerabilgarritik, erabili eta bota daitezkeen produktuen erabilpenaren aldaketa gauzatu zen. (Kotler, 2018).

Gauzak horrela, 1879.urtean, “*Hoosier*” osasun-gerrikoaren asmakuntza garatu zen, ohialezko kuxinak bertan lotu eta lekutik ez mugitzea lortzen zutelarik. 1896.urtean, Johnson & Johnsonengatik ekoitziak ziren *Listerren eskuohilak* izan ziren, beharbada, merkaturatu ziren lehen toalla sanitario komertzialak. Aldiz, zuten zerikusi abangoardistegiagatik, desagertu egin ziren, garai oso kontserbadore batean kokaturik baitzeuden.

Hogeigarren hamarkada izan zen konpresen merkaturatzea eman zen garaia, nahiz eta hauen jatorria, lehen mundu gerran egon. Dirudienez, Ipar Amerikako armadako erizain batzuk ikusi zuten, soldaduen zauriak estaltzen zituzten zelulosazko bendek, xurgatzeko ahalmen handi zutela eta hilekorako erabiltzen hasi ziren. Kimberly-Clark zen gurutze gorriarentzat, cellucattonez osatutako benda horiek ekoitzen zituen marka estatubatuarra, kotoia baino bost aldiz xurgatzaileagoak eta merkeagoak zirenak.

Hortaz, Kimberlyk, erizainek bendei ematen hasi ziren erabilpenez ohartu zenean, erabilera bakarreko toalla sanitarioak ekoizten hasia erabaki zuen.

Produktuak kotoiaren textura antzeko bat zuenez (“a cotton-like texture”), “Cot-tex” laburdura jarri zioten, denborarekin Kotex izena hartuko zuena. 1919.urtean, Chicagoko Woolworth’s dendan, erregistritatua dago, izan zela produktu honen lehen kaxaren salmenta. Aldiz, 1921.urterarte, publizitatea jasaten hasi zen unea, ez zuten arrakastarik izan; iragarkiak egiterako garaian, “*Pídelas por su nombre*” (eska itzazu bere izenagatik) eslogana plazaratu zuten, emakumeei erosoagoago egiten zitzaizkien hauen eskuraketa, ohial toalla hitza esan behar ez zuelako. Gaur egun dauden konpresek duten pegatzeko erraztasuna ez zuten arren, emakumeek uhal edo iragazgaitzen bidez lotzen zituzten konpresak haien kuleroetara, mugitu ez zitezkeen, 70. urte arte ez baitzen asmatu kuleroei itsas zitezkeen konpresa itsaskorrak.

Ikusi dugu, hasiera batean, emakumeek, baliabide faltarengatik, odolari aurre egiteko, inolako metodorik erabiltzen ez zutelako eta behin hilekoarentzako produktuak asmatu zirenan, urteak pasa behar izan direla, gaur egun duten egunerokotasunaren erabilera lortu ahal izateko: 80 harmarkada inguruan iritsi baitzen hauen ospea. Guretzat pentsaezina da horrelako produktu bat gabe menstruzioa jasatea baino pentsatu behar dugu, antzinan, zegoen pentsamedu soziala zein zen jakinda, zaila zela oso hauen erabileraren aldeko aposuta egitea (Pinto, 2017).

Gaur egun, ikastoletan hitz egiten digute produktu honi buruz eta etxeetan arroz paketa bat ikus dezakegun bezala, konpresa pakete batekin topa gaitzke txikiak garenetik: lehen hilekotik erabili daitezkeen, kanpo babesa eskaintzen duten produktu xurgatzaileak baitira, kuleroen barne zatian, banda itsaskor bati esker erraz finkatzen diren produktuak, alegia (Ikus *EvaX&Tampax*: Compresas web orria).

Erabiltzen diren emakumezko higiene produktu nagusiak direnez eta dagoen merkatu lehiakorraren fruitu, asko dira topa ditzazkegun motak; tamainia eta xurgatze-maila anitzekakoak direnak, behar desberdinetara egokitzen direlarik; hegoekin edo gabe, etxean egoteko zein kalera joateko egokitutakoak, egunean zehar edo gauetan erabiltzeko.... Horregatik, jarraian, behin produktuaren historia ezagututa, merkatuaren prezioaren azterketa simple bat egingo dugu, banaketa kanal desberdinak hartuz, konparaketa gisa.

Taula 1: 16 unitateko pakete baten prezioa, supermerkatu desberdinetan

<u>KONPRESAK: SUPERMERCATUAN</u>	EVAX	MARKA TXURIA
EROSKI	2,29€→ 0,14€/unit	1,08€→ 0,07€/unit
DIA	2,59€→ 0,16€/unit	1,25€→ 0,08€/unit
MERCADONA	3,09€→ 0,19€/unit	1,78€→ 0,11€/unit
BM	2,29€→ 0,14€/unit	2,65€→ 0,17€/unit
SUPER AMARA	2,29€→ 0,14€/unit	2,65€→ 0,17€/unit
CARREFOUR	2,29€→ 0,14€/unit	1,17€→ 0,07€/unit
AL CAMPO	2,29€→ 0,14€/unit	1,16€→ 0,07€/unit

Iturria: Norberak egina, supermerkatuetako webguneetako prezioen informazioa erabiliz

Produkuaren barietatea ikusiz, prezioaren konparaketa bat egiteko, lehen marka² eta marka txuriaren artean, supermerkatu desberdinak, Gipuzkoa mailan aurki ditzazkegunak, Interneteko online salmenta plataformak eta pare bat farmazia hartuko ditugu azterketa lagin bezala; non 16 unitateko pakete baten prezioa oinarritzat hartuz, unitate bakoitzaren balioa kalkulatu dugun.

Taula 2: 16 unitateko pakete baten prezioa, Interneteko plataforma desberdinetan

<u>KONPRESAK: INTERNET</u>	EVAX
AMAZON	2,61€ → 0,16€/unit
ULABOX	2,29€ → 0,14€/unit

Iturria: Norberak egina, webguneetako prezioen informazioa erabiliz

Taula 3: 16 unitateko pakete baten prezioa, farmazia desberdinetan

<u>KONPRESA: FARMAZIAN</u>	EVAX
<i>Jorge Miguel Echeveste Elosegui</i>	<i>3.85 → 0.24€/unit</i>
<i>Castilla-Larburu</i>	<i>3.38€ → 0.21€/unit</i>
<i>Karmele Aizpuru</i>	<i>3.50€ → 0.22€/unit</i>

Iturria: Norberak egina, farmazietan galdetuz

Konparaketa egin ostean, alde batetik, egindako galdetegian konpresa erabiltzen duten emakumeen %98ak supermerkatuan erostearen zergatia ikus dezakegu. Marka txuria erosteko banaketa kanal bakarra izateaz gain, prezioa %50era murriztuz, lehen markek duten salneurria farmaziana baino merkeagoa da, supermerkatuko prezio garestienaren eta farmaziarenaren merkeenaren artean 3 zentimoko aldea egonik.

Bestetik, eta hau nire iritzia izanik, egun, konpresen erabilpena ohikotzat hartzen dugunez, gure asteko edo hilabeteko konpra egitera goazenean, eroso egiten zaigu oso, lehen behar bat asetzeko diren emakumezko higiene produktuak bertan erostea, supermerkatuetan alegia, beste edonora edota Internet bidez eskatzen ibili ordez. Ikusiko dugu, gauza bera gertatzen dela tanpoien erosketarekin, jarraian aipatuko direnak, aldiz, kopa menstrualaren inguruan hitz egingo dugunean, dagoen segurtasun eza eta informazio faltagatik, emakumezko gehienak farmazietara joaten dira hauen erosketara burutzea.

b) Tanpoia

Bigarrenik, **tanpoia** bezalako produktua, konpresarekin batera metodo nagusia dena, zenbait aurreiritzi negatiboetara lotuta zegoenez, ez zen batere erraza izan merkatuan barrena sartzea. Bada, hasieran ez zen soilik menstruatorako produktu bat izan, ordurarte, sozietatean, tabu bezala jardun zuen gai bati ikusgaitasuna ematen hasi eta emakume batek, hilekoa izateagatik, ez zuela bere burua ahulago ikusi behar aldarrikatzen zuen.

Produktu honek, hainbat eztabaida sozial, feminista zein moral sortu ditu; Egunenien Tarzibachik, “*Cosa de mujeres; Menstruación, género y poder*” liburua idatzi zuen psikologak, esaten duen bezala, emakumearen sexualitatearen gain sozialki

² Lehen marka bezala, Evax enpresa aukeratu da, izan ere, egin dudan ikestaren emaitzak aztertu ostean, konpresa erabiltzen duten 568 emakumeen %72 batek marka honen erabilpenaz baliatzen dela adierazi baitu.

mesfidantza asko piztu zituen; emakumeek, tanpoia bere kabuz jartzen zuten, baginaren barrua ukitzen ibili behar zirela pentsatzen baitzuten. Hori dela-eta, produktuaren merkaturatzeak, tabu bikoitzaren islaren adierazle izan da: alde batetik, hilekoa eta bestetik, menstruazioren zikloaren kudeaketa, biekiko kritika sorarazten duelarik (Ikus *“La historia del tampón: un recorrido lleno de prejuicios”* web orria).

Hain handia izan da hilekoak sortu zuen arbuioa non azken menderarte ez dira inongo aurrerapen teknologikorik erregistratzen honen inguruan. Hasiera batean, aplikagailu gabe merkaturatzen ziren tanpoiek, gaur egun eskari handirik ez dute; bi plastikozko tutuz osatutako aplikagailuak sortu direlako, hasiera batean karkozkoizkoak egin zituzten non komuneetik behera bota zitezkeen, baina ingurumenarekiko zuten inpaktua dela-eta, beste material baten erabilpena, plastikoa, sustatu zuten. Hala, tanpoiaren jartzea errazteaz gain, higienikoagoak dira, tanpoia ez baita eskuekin zuzenean ikutzen eta ondo jarrita dagoelaren ziurtasuna ematen du.

Tanpoiak, tubo forma du, elastiko batek estalitako material xurgatzaileko nukleo trinkotuarekin eta eskuz baginaren hondora arte sartzen den artikulua ateratzen laguntzen duen kordoi bat ere badu. Gorputz barruan daudenez, usain txarraz ez dago arduratu beharrik eta gainera ez dago inongo arazorik bainatzeko ezta igeri egiteko ere (Ikus *“Evax&Tampax: Historia del tampón”* web orria).

Egia da, historian zehar, osagai zenbaitez eratu izan dela, kotoizko nukleo xurgatzaile batez, eta hau estaltzen duen polietileno geruz batez osatatu dagon tanpoira iritsi garen arte (Ikus *“Evax&Tampax: Tampón”* web orria): erromatarrek artilez, egiptoarrek papoz, grekoarrek zur zati baten bildutako gasaz, japoniarrek papaz eta indiarrek haitz-gatza eta olioaz eratzen zituzten. Gainera ez da soilik hilekorako erabilia izan historian zehar, antisorgailu gisa erabilia ere izan da.

Behin produktua zer den, nola erabiltzen den eta duen osaketaz hitz egin denez, honen merkaturatzea nola garatu zen ikusiko dugu. Earle Cleveland Hass-ek, Coloradoko medikuak, aplikagailua zuen kotoizko lehen tanpoi komertziala eratu zuen dantzaria zen bere emaztearen egunerokotasuna errazteko desioaz; 1931.urtean patentea lortu eta handik bi urteren buruan, Gertrude Tendrich emakumeak erosi egin zion, Tampax izenean produktua komertzializatzeko asmoz non ondorengo urteetan salmentek nabarmen egin zuten gora (Ikus *“Evax&Tampax: Historia del tampón”* web orria).

Gorakadaren jatorri, historiako hainbat gertakari izan ziren; Espainiako bigarren errepublikako (1931-1936) konstituzio berriaren esanetan, emakumezkoen botoaren baimenketa onartu zen. Gainera eliza eta estatua alde batera utziz, dibortzio zibilaren onarketa iritsi zen baita prostituzio ilegalaren debekua ere. Bestalde, *“Mujeres libres”* talde soziala sortu zen emakumeen eskubideak aldarrikatzeko, ez zuten gehiago isilik geratu nahi, diskriminazio eta desberdintasun sozialaren aurka bokoratzeko prest zeuden (Dolera, 2018). Ondorioz, pixkana, emakumea kalera ateratzen hasi zen eta etxeko lanak egiteaz gain lan mundura sartzen hasi zenez, hilekoa gauza ikusezin bat izatea lortu behar zuen, sozialki gaizki ikusia eta tabua zelako. Horregatik, tanpoia bezalako higiene produktuak, gauzak asko errazten zituen.

Bitartean, Atlantikoaren beste aldean, Judith Esser-Mittag-ek, ginekologo alemaniarrek, aplikagailu gabeko tanpoi bat diseinatu zuen o.b izena eman ziona (*ohne binde*, aplikagailu gabe alemanez) eta aurreko kasuan bezala, Johnson & Jhonsonek asmakizuna erosi zion doktoreari.

Estatu Batua izan zen tanpoiaren erabileraren lehengo herrialdea, aurreiritzi asko gairatu ostean: bere eraginkortasunaren eta segurtasunaren gainean zabal ikertzeaz gain, bere autoerotismo eta promiskuitateaz ere asko eztabaidatu baitzen. Ellery Mannek patentea erosi zuen eta 1936.urtean, Estatu Batuetan zehar, lehen iragarki kanpaina garatu zuen.

Hasiera batean, komunikabideek, higiene femeninoari buruzko iragarkiak plazaratzeareko arbuio adierazi zuten, izan ere, ordurarte gai tabu kontsideratzen zen. Bi urte barru, gaiarekiko “normalizazioa” eta erabilpenaren gorakada lortu zen eta 1940.urterako, tanpoiak, 100 herrialde baino gehiagotan saltzen ziren (Ikus “*La historia del tampón: un recorrido lleno de prejuicios*” web orria).

Espainiara, aldiz, 70.hamarkadaren bukaeran iritsi zen, neurri txikiago batean baina honen onarketa soziala zalantzan ipini zen 1978.urtean sortu zen Shock Toxikoko Sindromearen (SST) ondorioz; 890 emakume izan ziren kaltetuak non %90ak Rely izeneko odolaren ultra xurgatzea eragiten zuen tanpoia erabili zuen, 35 izan ziren hildakoak (Ikus “*La historia del tampón: un recorrido lleno de prejuicios*” web orria).

50 urte geroago, XXI.mendean, supermerkatu, farmazia zein Interneten (azkeneko biak ez ohikoak diren arren) produktu hau eskuratu dezakegu, gizartean zeuden mito eta aurreiritziak gainditu direlarik. Gainera bizi garen munduan dagoen merkatuaren lehiakortasunaren ondorioz, marka eta modelo anitz aurki ditzazkegu, bezero desberdinaren beharretara egokitzen direnak; bakoitzaren odol jarioa, gustuak, egoera ekonomikoa barneratzen dituztenak.

Hortaz, xurgapen kantitatearen arabera sailka daitezkeen, aplikagailua ez duten edo duten tanpoiak topa ditzazkegu; normalean, 8, 18, 22, 32 edo 36 unitateko kaxetan. Jakin badakigu, enpresek, lehiakorrak izaten jarraitu nahi izanez gero, bezeroa haren erdigunean kokatu behar dutela eta dagoen errealitatera egokitzeko gai izan behar direla.

Horregatik, ingurumenarekiko kontzientzialtasunagatik, beste aukera jasangarrien agerpena suertatu da azken urteetan, tanpoi organikoak merkaturatzen hasi direlarik; %100 kotoi organikoak eta %0 lurrin, koloratzaile eta kloroz osatuta egoteaz gain, aplikatzailea %90ean, landare-plastikoarekin eratuta dago (Ikus “*Evax&Tampax: tipos de tampones*” web orria).

Taula 4: Plastikozko aplikagailua duten 22 tanpoiko kaxaren prezioa, supermerkatu desberdinetan

<u>TANPOIAK:</u> <u>SUPERMERKATUAN</u>	TAMPAX³	MARKA TXURIA
EROSKI	3,60€ → 0,16€/unit	3,65€ → 0,16€/unit
DIA	4,49€ → 0,20€/unit	2,04€ → 0,09€/unit
MERCADONA	4,08€ → 0,18€/unit	3,56€ → 0,16€/unit
BM	3,60€ → 0,16€/unit	-
SUPER AMARA	3,60€ → 0,16€/unit	-
CARREFOUR	3,96€ → 0,18€/unit	1,52€ → 0,07€/unit
AL CAMPO	3,78€ → 0,17€/unit	1,70€ → 0,08€/unit

Iturria: Norberak egina, supermerkatuko prezioen informazioan oinarrituz

³ Lehen marka bezala, Tampax aukeratu da, izan ere, egindako inkestako erantzunak aztertu ostean, tanpoia erabiltzen duten 658 emakumeen %60ak erabiltzen du marka hau.

Esan beharra dago, ekologikoagoak izateagatik, garestiagoak ere direla baino horri buruz, aurrerago hitz egingo dugu, laugarren atalean. Jada, tanpoiaren inguruko ezagutzaren informazioa dugu, baita historian zehar egon diren patente desberdin, honen eraketarako erabili diren material anitzen eta egun merkatuan topa ditzazkegun aukera zenbaiten berri. Horregatik, jarraian, konpresekin egin den antzera, banaketa kanal desberdinetan aurkitzen ditugun prezioen arteko aldaketa egingo dugu.

Tanpoiaren kasuan ere, eskaintza ugaria da; merkatuan marka desberdinen eskutik, tanpoi mota asko erosteko aukera baitago, online edo fisikoki izan daitezkeenak. Hori dela-eta, lehen mailako ikerketa bat burutu dugu, hiru banaketa-kanal; supermerkatu, Internet eta farmaziak (aurrekoaren berdina) ardatz nagusitzat hartuz, plastikozko aplikagailua duten 22 tanpoiko kaxaren prezioa aztertzeko, unitateko balio lortuz.

Taula 5: Plastikozko aplikagailua duten 22 tanpoiko kaxaren prezioa, Interneteko plataformetan

<u>TANPOIAK: INTERNET</u>	TAMPAX
AMAZON	3,30€→ 0,15€/unit
ULABOX	3,90€→ 0,18€/unit

Iturria: Norberak egina, webguneetako informazioan oinarrituz

Taula 6: Plastikozko aplikagailua duten 22 tanpoiko kaxaren prezioa, farmazietan

<u>TANPOIAK: FARMAZIAN</u>	TAMPAX
<i>Jorge Miguel Echeveste Elosegui</i>	5,20€→ 0,22€/unit
<i>Castilla-Larburu</i>	5,20€→ 0,22€/unit
<i>Karmele Aizpuru</i>	5,35€→ 0,23€/unit

Iturria: Norberak egina, farmazietan galdetuz

Konparaketa egin ostean, konpresekin gertatzen den bezala, supermerkatuetan erostearen etekina, topa daitezkeen prezio bariatatean oinarritzen da; lehen marka edota marka txuria erosteko aukera dagoenez, salneurri merkeena eta garestiena haintzat hartuz, unitateko 0,07 edo 0,20 zentimo ordainduko dira emakume bakoitzak aukeratzen duenaren arabera. Gainera, oraingoan ere, produktu hauek farmazian eskuratzea hautatuz gero, diferentzia nabaria dago nozituko da salneurrian, bide hau bestea baino garestiagoa izanik.

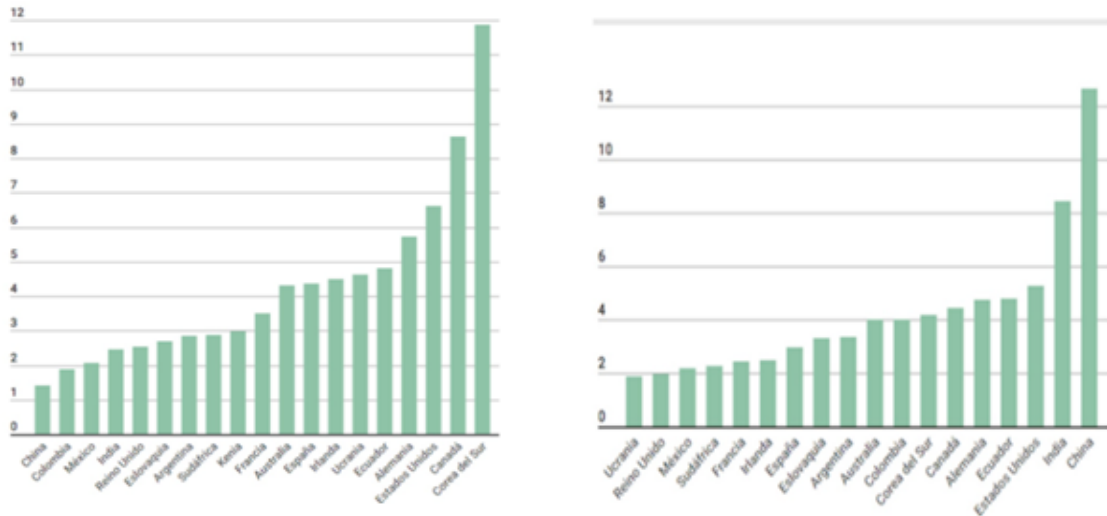
Bestalde eta hiru banaketa kanalak aipatzeko, ikus daiteke, Interneten ezarrita dagoen tanpoi bakoitzeko balio, supermerkatuek lehen markari esleitu diotenaren antzekoa dela oso. Aldiz, arestian esan bezala, emakume gutxi batzuek bereganatzen dituzte artikulu hauek online salmentaren bidez.

Ikusi berri dugu, banaketa-kanal desberdinetan tanpoi zein konpresa bakoitzeko prezioa asko aldatzen ez dela, izan ere, ikerketa Gipuzkoa mailan egin dugu eta gaur egun dagoen lehiakortasunaren fruitu, zaila da oso produktu berdinentzako, balio erantsi bat ez baldin badu, prezio desberdinak ezartzea. Ondorioz, lurralde historikoan edota estatu berean, zenbait produktuk salneurri oso antzekoak dituzte, bezeroek duten mugikortasun eta erosketa kanal anitzengatik.

Aldiz, higiene produktuen balioa munduko beste herrialde batzuetan zein den aztertuz gero, prezioan alde nabarmenak daudela ikusten dugu. Adibidez, Txina izango litzateke konpresa merkeenak plazaratzen dituen herrialdea, paketea euro baten inguruan egonik, baino baita tanpoi garestienak eskaintzen dituena ere, 12 €/paketea. Alemanian, grafikoaren arabera, emakumezko higiene produktuak eskuratzea garestia

irteten dela ikusenezake bi *rankingetan* azkenetarikoa baitago. Espainia, aldiz, sailkapeneko erdiguneko postuetan kokatzen da, konpresen paketea 4.5€ eta tanpoiena 3.5-4€ bitartean dagoela adieraziz.

Grafikoa 1: Konpresen eta tanpoien prezioa, munduko beste herrialdeetan (€), 2017an



Iturria: El país

Behin datu hauen ezagutza izanik, munduko herrialde gehienetan, higiene produktueengatik, tamalez, ordaindu behar dela jakinik, hurrengo atalean; salneurriaren garestitasuna eta aplikatzen zaien zergaren ehuneko “bidegabekeriaz” hitz egingo dugu.

4. EMAKUMEEN HIGIENE PRODUKTUEN AZTERKETA EKONOMIKOA

Aurreko atalean, ikusi berri dugu, tanpoi eta konpresek, Gipuzkoa mailako supermerkatu, farmazia eta Internet bidezko erosketa egiteko aukera eskaintzen duten plataformetan eta baita ere, mundu mailako zenbait herrialdeetan, duten prezioa zenbatekoa den.

Hori dela-eta, sekzio honetan, emakumeek bai urte batean bai hilekoa pairatzen duten urte kopuru bitartean, guztira egingo duten gastua zenbatekoa den jakingo dugu eta aurreratzen dizuet, kopuruak beldurgarriak direla. Bertara iritsi baino lehen, produktu hauek duten tratamendu fiskalaz hitz egingo da (arau eta erreglamenduak); izan ere, aplikatzen zaien zergaren ehunekoak, esan bezala, “bidegabea” izateaz gain, produktuaren garestitasunean eragina du, emakumearen diskrimazioa, kontsumo sektorean ere ematen dela adieraziz.

4.1 Tanpoi eta konpresen BEZa

Lehenagoko lerroan esan dugunaren hariari jarraituz, dokumentatua dago, publiko femeninoak gainprezio bat ordaitzen duela zenbait produktu eskuratzeagatik “*pink tax*”, “*woman tax*”, “*vagina tax*” izenez ezagutzen dena, erabili eta botatzen diren xafletan da argien ikusten den adibidea (%171 gehiago ordaintzen da *FACUAren azterketaren arabera*).

Espainain, orokorrean, BEZa, %21ekoa izaten da, 1992ko abenduaren 28ko 37.legean egiten den sailkapenaren arabera, ordea, %10a edota %4a aplikatzen zaizkien produktuak egon badaude (Trecet, 2019). Normalean, tasa, orokorra da baino hori aplikatzen ez zaien produktuak dauden bezala, tasa desberdin bat egokitzen zaien artikuluak ere daude, denek ez baitute garrantzi berdina gizartearentzat.

Konpresa eta tanpoiak, lehen beharreko artikuluen barnean sartuko lirateke non hauei aplikatzen zaien tasa: gaintxikitutako tasa den, %4a alegia (“*tasa superreducida*”); medikamentu, ogia zein liburuetan ezartzen dena. Aldiz, errealitatea, desberdina da oso: higiene produktuak aztertuz, ikus dezakegu, Espainia mailan, %10eko BEZa esleitzen zaiela; Kanarietan, zergaren ezabaketa buruko dela adierazi den bitartean (FACUA kontsumitzaile-elkarteak, irabazi asmorik gabeko gobernuz kanpoko erakunde eta kontsumitzaileen eskubideen defentsan diharduenak, egiaztatzen du, 2018).

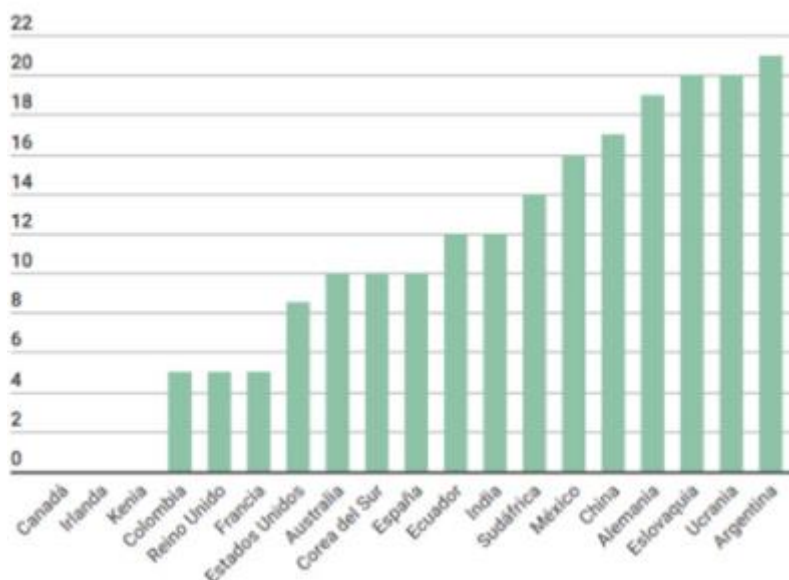
Laburbilduz, higiene produktuei, kabiarrari, luxuzko elikagia, ezartzen zaion tasa bera aplikatzen zaie. Desoreka horrekiko desadostasunak, kontestu desberdinetan gauzatzen joan dira azken urteotan eta, **tasa arrosa** deituriko mugimendu bat sortu da non hainbat politikari, organizazio eta sozietate zibilek produktu hauen garestitatsunaren aurka matxinatu diren.

Aurreko legealdian zehar, Gobernuaren lehendakariak, higiene produktuena tasa-murrizketa gauzatuko zela iragarri zuen, 18 milioi gutxiago lortuko liratekeela adieraziz. Estatuaren Aurrekontu Orokorretan sartuta egon zen arren, honek, gaur egun onartu gabe jarraitzen du (Pina, 2020).

Esan berri dudana kontuan hartuz gero, hau da, gutxiketa onartuz gero, eta munduko beste herrialde batzuekin alderaketa eginez, dagoeneko Ingalaterra, India, Australia eta Kanada bezalako herriek osatzen duten zerrendan sartuko litzateke Espainia non dagoeneko tasa gutxitu edo ezabatu duten.

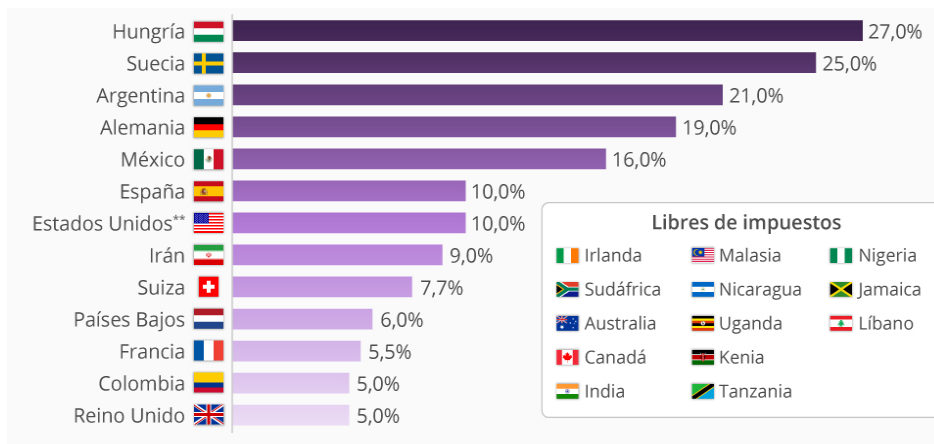
2 eta 3 grafikoak aztertuz, bi talde desberdinduko genituzke: BEZa aplikatzen dutenak eta BEZa ezabatu dutenak. Lehenengoaren kasuan, Eslovakia %20, Argentina %21, Luxemburgo %3, Frantzia %5,5 Ingalaterra %5,5 eta Colombia, urrats hau eman duen latinoamerikako herrialde bakarra izanik, %5ekoa izatea lortu duena barneratzen dira. Aitzitik, bigarrenengo multzoa; Irlanda, Kanada eta Estatu Batuetako bederatzi estatuk osatuko lukete.

Grafikoa 2: Emakumeen higiene produktuei aplikatzen zaien BEZa (ehunekotan), 2017 urtean



Iturria: El país

Grafikoa 3: Tanpoi eta konpresei ezartzen zaien zerga, munduko herrialdeetan, 2019 urtean



Iturria: Statista

Tasak alde batera utziz, baino hauez ahaztu gabe, ondoren iritzia emango baita, zenbait herrialdeek aurrera eraman dituzten praktikak aipatuko ditugu; buruan izan ditzagun eta etorkizunean gure herrialdean egiteko aukera egon dadin. Alde batetik, Keniak, 2004tik geroztik, urtean inbertsio jakin bat egiten du konpresak ikastetxe zein elkargoetan banatzeko. Esan beharra dago, oraindik ez duela ongi funtzionatzen; gauza asko baitaude argiketze eta produktu asko lapurtuak edota bizkor amaitzen dira.

Bestetik, Eskozian, 2018 urtean ikasle eta baliabiderik gabeko emakumeei dohainik, tanpoi eta konpresak banatzen hasi ziren eta egun, parlamentuak onetsi berri duen neurriak dionez, genero berdintasunarekiko aurrepauso bat izanik, emakume guztiei erregalatzeko asmoa dago (Valdés, 2017).

Esandakoak esanda, eta beste herrialdeetan BEZarekiko dagoen jarrera zein aurrera eramaten ari diren ekintzak ezagutu ondoren; toki batzuetan, tasa ezabatzearen alde ezarri dituzten praktikak garatu dituztela jakinik, herrialde guztiek gauza bera, lehenbailean, egin beharko luketelakoan nago. Izan ere, lehen behar bezala kontsideratuta dagoen zerbait eskuratzeko, gehiegizko zerga bat ordaindu

behar izatea, injustizia total bat izataez gaian; herrialde batzuetan, produktu hauek, emakumeok dugun lehen behar bat bezala kotsideratzea eta besteetan ez, kontraesankorrak direla uste dut, mundu mailan hartu beharreko erabaki global bat izan beharko litzateke (ondorioen atalean sakonduko dugu gehiago).

Laburbilduz, atal honetan, ikerketa mugatu nahian, Espainian oraindik, emakumeen higiene produktuei aplikatzen zaien BEZaren murrizketa oraindik egiteke dagoela ikusi dugu. Horregatik, jarraian, emakume batek tanpoi eta konpresen erosketaren ondorioz gastatzen duenaren estimazioaren kalkulua egingo dugu, ikerketa hau irakurtzen den ari den oro ohartu dadin, zenbatekoak altuak direla oso.

4.2 Tanpoi eta konpresen gastuaren estimazioa

Tanpoi eta konpresetan, gastatu behar den diru kantitatea, oraintxe, bidegabekeria bat dela esan dugunez, *“Una imagen vale más que mil palabras”* esaera zaharrear oinarrituz, azpiatal honetan sinpleki, urte batean, emakume batek egin behar duen diru despoltsapenaren adierazpen bat egingo da, egindako baieztapena justifikatzeko.

Bi produktuen prezioaren ikerketa egin berri dugunez, (3.2 atalean), merkatuak eskaintzen dituen aukerak anitzak direla esan beharrik ez dago, salneurri merkeago edo garestiagoak egonik. Hala ere, nahiz eta marka txuria egon, balio gutxiagokoa dena, kontuan hartuz, hilabetean, batez beste, emakumezkook, bost egunetan zehar pairatzen ditugun odol jarioei aurre egiteko behar ditugun tanpoi eta konpresa kopurua, emakume bakoitzarentzat desberdina den arren, urtean diru dezente gastatu behar dute (5.4 azpiatalean azalduta daude).

7, 8 eta 9 tauletan, lehenik, urte batean, emakume **batek**, soilik higiene produktuetan gastatzen duenaren estimazioa egingo dugu; alde batetik, hilekoaren lehen urtetik menopausia pairatzen duen arteko denboraldian oinarrituz, (ikus menarkia eta menopausia azpiatalak, 5.4 sailaren barnean) eta, bestetik, *Evax* eta marka txurian topa ditzazkegun, banaketa kanalaren araberrako salneurrien desberdintasunen bataz bestekoa kontuan izanik (3.2 sekzioan tanpoi eta prezioaren alderaketa egin duguneko datuak erabiliz): Bigarrenik, gauza bera egingo dugu Gipuzkoa mailako emakumeekin, tanpoi eta konpresetan gastatzen den kantitatea hautemateko.

Taula 7: Urte batean, emakume batek tanpoi zein konpresetan gastatzen duen diru kantitatearen estimazioa

<u>URTE BATEAN</u> Emakume batek	EVAX	MARKA TXURIA
TANPOIA	51 ⁴ € (0,17 ⁵ €/unit)	27€ (0,09€/unit)
KONPRESA	42€ (0,14€/unit)	24€ (0,08€/unit)

Iturria: Norberak egina

Baliteke, urte bateko zenbateko datuaz ohartu ostean, diru kantitate oso altua ez iruditzea, baina zer diozu bizitza osoan zehar gastatzen dugun kopuruari minutu batez erreparatzen badiozu? Justua al da? Zerbait egin beharko litzateke gauzak aldatzeko?

⁴ Emakume batek: 5x5x12x0,17= 51€

-urtean 12 aldiz hilerokoa

-hileko bakoitzaren iraupena: 5 egun

-erabiltzen diren tanpoi/konpresa kopurua: eguneko 5

⁵ Taula honetan erabili diren tanpoi edota konpresen unitateko prezioak, taula 1 eta 4tik atera dira.

Taula 8: Emakume batek, hilekoa pairatzen duen urte guztietan zehar, higiene produktuetan gastu beharreko diru kopuruaren estimazioa

<u>HILEKO PAIRATZEN DUEN URTE GUZTIEN</u> Emakume batek	EVAX	MARKA TXURIA
TANPOIA	1.989€ (0,17€/unit)	1.053€ (0,09€/unit)
KONPRESA	1.638€ (0,14€/unit)	936€ (0,08€/unit)

Iturria: Norberak egina

Taula 9: Urte batean, Gipuzkoan, hilekoa eduki dezaketan emakumezko guztiek gastatzen duten diru kantitatearen estimazioa

<u>URTE BATEAN</u> Gipuzkoako emakumeak= 195.389 (INE)	EVAX	MARKA TXURIA
TANPOIA	9.964.839€	5.275.503€
KONPRESA (0,08€/unit)	8.206.338€	4.689.336€

Iturria: Norberak egina

Beraz, atal honetan zehar, bi izan dira aipatu diren kontzeptu nagusiak:

Egun, Espainian eta ondorioz, Euskal Autonomia Erkidegoan, emakumezkoen higiene produktuek oraindik %21eko BEZa dutela. Horregatik, 2019ko urtean, Gipuzkoa mailan, zergengatik jaso zen diru-bilketaren zenbatekoa zein izan zen bilatu da, emakumezkoen higiene produktuengandik lortzen denarekin alderatu ahal izateko eta honen inguruan hausnartzeko.

Taula 10: Gipuzkoak eskuratzen duen zergen diru bilketaren eta emakumezkoen higiene produktuek duten BEZagatik eskuratzen den kantitatearen arteko alderaketaren estimazioa

BEZ GUZTIRA (€)	KONPRESA	EHUNEKOA	TANPOIA	EHUNEKOA
2.002.094.000	1.723.330,98 ⁶ €	%0.086 (0.9)	1.969.521.12€	%0.1

Iturria: Norberak egina

Emakume batek, hilekoa pairatzen duen urte guztietan zehar erabili beharko dituen tanpoi eta konpresak erosi ahal izateko izango duen gastuaren estimazioari erreparatuta, ohartzen gara, kantitateak altuak direla oso.

⁶ Taula 1ean, Eroski supermerkatuan, Evax konpresak duen prezioaz baliatuz kalkulatu da zenbatekoa.

5. INGURUMENAREKIKO INPAKTUA

Atal honetan, ikerketaren honen helburuetan ezarri den beste gai bati buruz arituko gara hizketan: higiene produktuek ingurumenean sortzen duten inpaktuaz. Hori horrela izan dadin, lehenik, produktuaren barne eta kanpo eraketa zein den ezagutuko dugu gero material horien kutsadura maila zenbatekoa den aztertzeko. Ondoren, behin emakumeen higiene produktu hauek erabiltzen, jasaten duten tratamendua ere aipatuko dugu, eratzten den guztizko zabor kantitatea kalkulatzen delarik.

5.1 Produktuaren eraketa: barne eta kanpoko

Irakurtzen ari den oro, emakumezkoa izan ez edo inoiz horrelakorik erosi ez duen arren, jakin badaki konpresa zein tanpoi pakete batek zer-nolako itxura edota zer kolore duen, edozein etxe edo supermerkatuetan begi-bistan baitaude. Banaka saltzen ez direnez, kanpo zein barne eraketa aztertzea ezinbestekoa da, sortzen duten ingurumen-inpaktua zenbatekoa den jakiteko.

a) Packaging

Horregatik, lehenik, hauen packagingaz hitz egingo dugu, kanpo eraketaz alegia. Honen helburuak, produktua babestea, garraioa eta biltegiaketa erraztea, kontsumitzaileari informazioa eskaintzea eta produktua deigarri egitea dira; beste hitz batzuetan, paper edo plastikoz produktua biltzen duen etiketa eta gordetzen duen kutzaz hitz egingo genuke (Ikus *“Definición de Packaging”* web orria).

Tanpoi eta konpresek, bere baitan asko kutsatzen duten arren, kanpoaldeko beste osagaiak, paketea estaltzen duen plastikoa, batik bat, ingurumenarekiko inpaktu larriak ere sortzen ditu:

- Konpresak, plastikozko pakete batean etortzen dira eta bertako produktu bakoitza banakako plastikozko bilgarri baten barnean etortzen da, erosoagoa izan dadin etxez kanpoz eramatea.
- Tanpoiak, aldiz, plastikozko aplikagailua izateaz aparte, normalean, kartoizko kaxa batean etortzen diren arren, bertan dagoen artikulu bakoitza plastikozko bilgarriz inguratuta dago.

Beraz, argi dago, kanpo eraketan, plastikoa, produktu hauen elementu nagusi bat dela.

Taula 11: Tanpoiaren konposizio kimikoa

Aplikagailua	Paperez edo plastikoz egindako kartoia, kolorerako pigmentuekin
Gune xurgatzailea	Kotoia eta/edo rayoia
Gune xurgatzailea inguratzen duen ehuna	Rayoia-poliesterra/ polietilenoa-polipropilenoa
Kordoia	Kotoia eta/edo poliesterra; polipropilenoazko trenza
Haria	Poliesterrez estalitako kotoia
Lurrina	Usaina plazaratzeko osagaiak

Iturria: Norberak egina, *Evax&Tampax*, *¿de qué están hechos los tampones?* web orriko informazioa erabiliz.

a) *Konposizio kimikoa*

Barne eraketan, ordea, produktuaren *elementu kimikoei* egiten zaie erreferentzia, hots, bezeroaren beharra asetzeko beharrezkoak direnak; produktuari ezaugarri fisiko jakin hori ematen diotelarik. Hori horrela izanik, gure ikerketako bi produktuen eraketa nolako den adierazten duten taulak eratu ditugu (ikus 10 eta 11 taulak).

Taula 12: *Konpresen konposizio kimikoa*

Goiko geruza: Ehun leun bat, fluxua larruazalarekin kontaktuan sar ez dadin diseinatuakoa	Poliolefinak, arropan erabili ohi direnak bezalakoak
Gune xurgatzailea: Fluxua xurgatzen eta biltegitzen duen geruza	Zelulosa xurgatzailea (hogeiko hamarkadatik konpresetan erabili den materiala) gel xurgatzailearekin, rayonarekin edo poliesterrekin egina
Kanpoko geruza: Geruza leuna eta hezetasunarekiko erresistentea, fluxua barruan mantentzeko	Poliolefinak, arropan erabili ohi direnak bezalakoak
Itsasgarriak	Itsasgarri bat, eskulanak itsasteko barren antzekoa
Lurrina - Usain freskoa ematen du	Acti-perlas/Neutra-perlas
Bilgarria: Itsasgarriak konpresa erabili aurretik babesten ditu	Poliolefinak, arropan erabili ohi direnak bezalakoak
Hegaletarako papera Babestu itsasgarria hegaletatik konpresa erabili aurretik	Paper inprimatua

Iturria: Norberak egina, Evax&Tampax ¿de qué están hechas las compresas? web orriko informazioa erabiliz.

Laburbilduz, kanpo eta barne eraketaren ikerketa egin ostean, tanpoi eta konpresa bezala merkaturatzen diren produktuak lortzeko, alde batetik, **zuntz sintetikoak**; polietileno, rayoia, poliesterra eta poliolefina eta bestetik, **plastikoa** (zenbateko handiago batean) dira behar diren osagai nagusienak.

5.2 Produktuen materialak sortzen duten kutsadura

Behin informazio hau eskuratuta, kapitulu honen helburu nagusira gerturatzeko, produktu hauek sortzen duten ingurumen-inpaktua dena, zuntz sintetikoek zein plastikoak erazten duten kutsadura aztertuko dugu.

a) *Zuntz sintetikoak* → *Mikrofibrak*

Lehenengoan, zuntz sintetikoak barneratuko ditugu. Hauek, oso kutsakorrek dira, izan ere, tanpoi eta konpresen eraketa prozesuko fase desberdinetan edota komunetik behera botatzen direnean, zuzenean urarekin nahasten direnez, plastikozko hari oso txikiak (mikrofibrak) askatzen dituzte; ondorioz, ur sarera joaten direnez, ura kutsatzen dute. Gainera milimetro bat baino gutxiagoko tamaina dutenez, ohiko iragazkiak gainditzen dituzte eta itsasora iristen dira (ikus *“How microfibers in clothes are polluting our oceans”* bideoa).

Ikertzaileen esanetan, mikrofibra horien ehuneko gehienak; ibai, laku eta itsasoetan amaitzen du. Horregatik, aditu asko dira egoera hau aztertzeaz arduratzen direnak, lehenbailen, bertan dagoen kutsadurari konponbide bat eman nahian. Adibidez, Adventure Scientist GKEak, Maineko Atlantikoko Elkargoak (AEB) eta Virginiako Unibertsitateak (AEB), *Environmental Pollution* aldizkarian, 2013-2017 bitartean, mikrofibren presentzia aztertu zuten, ozeano guztiaren 1.628 ur-lagin tona hartu ondoren.

Ikerketak erakusten du, ozeanoaren azaleko litro bakoitzak 11,8 mikrofibra dituela, batez beste; Artikoan (31,3), Antartika (15,4) eta Atlantikoa (13,4) inguratzen duten uretan; Ozeano Barean (7,0) eta Indiako Ozeanoan (4,2). (Ikus "*La cantidad de microfibras en el mar podría ser mil veces mayor que la estimada*" web orria).

Telebista, egunkari zein irratan maiz entzuten dugun arazoaren datuak ezagutu ostean, itsasoko ur kantitate gehienean mikrofibrekin topo egingo dugulaz ohartu gara, hauek, uretako organismoen osasunean eragina dutelarik, bertako espezie desberdinen biziraupen zein ugaltzeko ahalmenean eragin larriak sortuz. Ondorioz, ekosistema batzuen desagertzea emateaz gain, ikusezinak diren mikrofibrak irensten dituzte eta gizaki-animalien arteko elikadura - katea kaltetua irtetzen da.

b) Plastikoa

Bigarrenik, plastikoaren inpaktua jorratuko da, sortzen dituen ondorioak aipatuz. Zalantzarik gabe esan genezake, klima aldaketaren ondoren gure hurrengo ingurumen arazo serioena dela; material hau, eguneroko bizitzako ia objektu guztietan aurki dezakegu, duen erresistentzia eta bizitza luzeagatik. Beraz, fabrikatzeko material nagusi bihurtu da oso erraza eta merkea baita ekoitzen. Horrek, gure planeta, plastikozko planeta bilakatzea eragin du.

Greenpeace bezalako erakunde ekologisten arabera, 1950. urtetik hona, 8.000 milioi tona plastiko sortu direla kalkulatu dute, 10.000 Eiffel dorrearen edo 80 milioi bale urdinen pareko pisuaren baliokide izan zitekeena. Hala ere, daturik ikaragarriena zabor plastiko horren erdia, azken 13 urteetan sortua izan dela da, gure zaborra esponentzialki igotzen ari dela argi erakusten duelarik.

Plastikoez hainbat bide eta bidetatik kutsa dezakete ingurunea. Gizarteak sortzen dituen hondakin plastikoak birziklatu, zabortegietan gorde, erre edo zuzenean ingurunera isuri daitezke. Baina, gogora ekarri behar da, zabortegietan edo ingurune naturalean geratzen diren horiek, pixkanaka-pixkanaka degradatzen eta mikroplastiko bihurtzen diren unetik, edonora joan daitezke; ez baitira soilik itsasoko uretan aurkitzen, airean ere aurkitu daitezke, etxeetako teilatuetan, akueduktuetatik ateratzen den uretan, eta baita ere, iragazi eta botilaratutako ur zein elikagaietan; ura tratatzeko sistemak partikula hauen zati handiena atxikitzen duten arren, beste kopuru garrantzitsu bat iragazi ezin denez, azkenean, guk kontsumitzen bukatzen dugu (Ikus "*El peligro omnipresente de las microfibras de plástico*" webgunea).

Bestalde, biodegradatzen ari diren bitartean mikroplastikoak sortzeaz gaian, tanpoi eta konpresen kasuan, prozesu hori hasten dutenetik amaitzeraino behar duten denbora luzea da oso, lehenengo kasuan sei hilabetetik aurrera (aplikagailuak aparte, horiek ehunka urte behar dutelarik) eta bigarrenengo kasuan, 300 urtetik gora. Hortaz, denboraldi horretan zehar, partikula toxikoak eratzen dituzte, berrerabili ezin daitezkeen produktuak baitira (*Women's Environmental Network, WEN, 2019*).

Partikula txikiak alde batera utziz, gizakiek, zuzenean edo zeharka, zabortegi desegokietan, hau da, zabortegi klandestinoetan, edo ibaietako urek itsaso eta ozeanoetara arrastaka materialak eramaten dituzten lekuetan, plastikoa da aurkitu dezakegun osagairik nagusia. Isurketa horren eragile, hondakin uharteen sorrera gauzatzen da non plastiko multzo erraldoiez osatuta dauden ozeanoak diren; urrutitik urban erraldoi bat ikus daiteke uraren azalean baina gerturatuz gero; poltsa, ontzi edo

plastikozko pieza bakoitza argitasunez ikusi daiteke. Ipar Ozeano Bareko zabor uhartea da gaur egun dagoen handiena, hala ere, mundu osoan horrelako 5 irla nagusi daude Espainian ere, kutsadura puntu beltzak egonik: Gibraltarko itsasartean edo Algecirasen, Oceana gobernuz kanpoko erakundearen datuen arabera, 2016.

Aquae Fundazioaren “Mar de plásticos” txostenaren arabera; urtero, 8 milioi tona plastikok amaitzen dute ozeanoetan, dagoeneko 250.000 tona daudelarik. Espainiak, berak bakarrik, 126 tona plastiko botatzen ditu egunean itsasora, Mediterraneora plastiko gehien isurtzen duen bigarren herrialdea izanik, Turkiaren atzetik *WWFk dioenez*; jadanik, 30.000 tona plastiko daude *Greenpeace*n datuen arabera. Datu hori, Espainiako Ingurumen Minsiterioak, 2016an argitaratu zuenarekin osatu dezakagu, estatuko hondartzetan topatzen diren hondakinen %72 plastikoa dela esanik.

Bai makroplastiko bai mikroplastikoek eta hauengatik sortzen diren zabor uharteen ondorioz, miliokia animalia hiltzen dira urtean baita galtze arriskuan dauden animalia-eta-landere-espezieak. Gainera klima aldaketarekin oso lotuta dago zeren atmosfera, airea eta uraren kutsatu egiten da.

Esandakoak esanda, tanpoi eta konpresak sortzeko ezinbestekoak diren bi materialen erabilpenaren ondorioz sortzen diren emaitza negatiboak, ingurumenarekin lotura dutenak, zein diren ezagutu berri ditugu; airea, ura eta lurra naturaren elementu nagusiak kutsatzen dutelarik. Hortaz, gero eta gehiago dira, milioika animalia hil eta galtze arriskutan dauden abere eta landare espezieak babestu eta planeta osasungarriagoa bat edukitzeko, plastikorik gabeko bizitza (edo ahalik eta gutxien erabiltzea), kilometro zero eta produktu ekologikoak eta gauzei ahalik eta bizitza erabilgarri luzeen ematen saitzen ari diren pertsonak.

5.3 Emakumeen higie produktuen zaborrarekin zer egiten den

Behin emakumezkoen higie produktu ez jasagarrien osaketarako behar diren materialek ingurumenarekiko sortzen duten inpaktua zein den ezagututa; hauetako batek, erabili ondoren jasotzen duen prozedura zein den aztertuko dugu, berrerabili ezin diren produktuak direla jakinik.

Horretarako, produktu hauek erabili ostean, nora bota behar diren aztertuko dugu bai etxean bai kalean egonez gero, azkeneko honetan, higie zerbitzua eskaintzen duten bi enpreseei aipamena eginez. Ondoren, edukiontzi horrek, tratamendu apropos bat eduki dezan, zabortegi edo errustegien erabilpena behar dela haintzat hartuz, sortzen den ingurumen inpaktuari buruz hitz egingo dugu.

a) Edukiontzi grisa: errefusa

Lehenik eta behin, tanpoi eta konpresak erabili ondoren, nora iraitzi behar direnaren aipamena egingo dugu. Edukiontzi grisa izango da hauek botatzeko lekurik aproposena, bertan, osasun-erabilera dela-eta, birziklatu eta konposta egiteko erabili ezin diren hondakin guztiak uzten baitira; zabortegi edo errustegietara eramaten direlarik (Ikus *“Contenedor gris (restos)”* web orria).

Gogora ekarri behar da, ez direla inola ere ez komunetik behera jaurti behar sortzen dituzten mikroplastiko, mikrofibra zein hondakin uharteeak ekidin ahal izateko. Horregatik, jarraian, etxean edo kalean gauden bitartean, nora bota behar diren azalduko da.

- ❖ Etxean: erabili ostean, behar bezala bilduz, bakoitzak bere komunean eduki dezakeen zaborontzian utzi ditzake produktuak, zakarrontzia dagoen tokiraino ez jutarren. Gero, atez-ate ez dagoen herri batean biziz gero, edukiontzi grisean amaitzen dutelaren ardura hartu beharko da. Bestalde, zaborra biltzeko sistema berezia egonez gero, non etxe azpian dagoen postera, egun bakoitzean paper, plastiko, konposta edo errefusa jeitsi behar den, gauen

zabor-biltzaileek hura jasotzen dutelarik, edozein egunetan jeitsi daitezke higiene produktuak; haiek, horren kudeaketaren ardura hartzen dutenak.

- ❖ **Kalean:** produktu hauen aldaketa egiterako garaian, kalean aurkitzen bagara, ohikoa da edozein taberna edo instalazio publikoetako komunetan bertan, tanpoia edo konpresa bota daitekeen edukiontzi bat egotea. Batzuetan, hondakin-ontzi normal bat izaten da, edozein dendatan eros daitekeena; kasu horretan, haien ardura izango da edukiontzi grisera botatzea. Beste kasu askotan, ordea, higiene zerbitzuak eskaintzen dituzten enpresek emandako zakarrontziak egoten dira.

Lehen mailako ikerketa simple bat egin ondoren, nik egin dudan galdetegian alegia, eranskinetan ikus daitekeen 16 galderan, etxetik kanpoko emakumeen komunetan tanpoiak eta konpresak botatzeko topatzen dituzten aukerengatik galdetu da. Emakume zenbaitek, aukera bat edo beste aurkitzearen arrazoa toki publiko (ikastola, unibertsitatea, kirolgia, liburtegia...) edo pribatu batera (taberna) joateren ondorio dela baieztatu duela esanda; galdetegia erantzun dutenen %73 batek, edukiontzi higieniko femenikoak aurkitzen dituela adierazi du.

Horien artean, merkatuan lehiakide nagusiak diren EuroServhi eta Serkontenek eskaintako edukiontziekin topa egingo dugunez, kasu gehienetan, jarraian 2 enpresa hauek azalduko ditugu.

- Lehenik, **Europea de Servicios e Higiene S.A (EuroServhi)** higiene, ingurumen eta izurriteen kontrolean espezializatutako enpresaz arituko gara. Honek, 25 urte baino gehiago daramatza sektorean eta erakunde publiko garrantzitsuek eta enpresa pribatu anitzek osatzen dute non EuroServhiren zerbitzuez baliatuz; langileen, erabiltzaileen eta bezeroen ongizateaz eta segurtasunaz aduratzen diren (Ikus *"EuroServhi"* web orria).
- Bigarrenik, **Serkonten** ere, 1983tik dabil lanean establezimendu publiko eta pribatuei kalitate goreneko zerbitzuak eskaintzeko helburu argiarekin; produktu eta zerbitzu ugari dituelarik, batez ere, alokairuan eta mantentze-erregimenean oinarritutakoak. 2008ko abuztutik, PHS Group-eko kide da, Erresuma Batuko higiene- eta osasun-zerbitzuen eskaintzan liderra dena, eta honek duen bezeroarekiko zerbitzu eta ikuspegi bera partekatzen du (Ikus *"PHS Serkonten"* web orria).

Bi enpresek eskaintzen dituzten zerbitzu guztietatik, guk, edukiontzi higienikoen aipamena egingo dugu soilik. Honen helburu; konpresa zein tanpoiak modu higieniko eta seguruan tratatzea eta behar den lekura botatzea da. Horretarako, enpresak, bezero guztietatik pasatzen den ibilbide bat planifikatzen dute, modu garbi eta higienizatu batean, edukiontzi higienikoak kendu eta jartzen dituzlarik, kontratatutako maiztasunaren arabera. Bestalde, edukiontzi horiek, 486/1997 Errege Dekretuak ezarritako legea betetzen dutela ziurtatzeaz arduratzen dira (V. eranskina – A atala – 2-7): "Emakumeek erabili beharreko komunetan ontzi berezi eta itxiak jarriko dira" (Ikusi *"Estatuko Boletin Ofizialaren"* web orria).

Enpresek behin zakarrontzi aldaketa egiten dutean, lortutako tanpoi eta konpresak, etxean egiten dugun bezala, kontainer grisean bukatzeaz arduratzen direla jakin da, bertan lan egiten zuen pertsona batekin hitz egin ondoren.

1 argazkian ikus daitezenez, bi dira kontratatu daitezkeen motak diseinu, prezio eta kapazitatearen arabera; bietan tanpoi eta konpresetan dauden bakterio patogenoen hazkundera baliogabetzen duen likido bakterizida bat ezarria dagoelariak. Aldi berean, garbitasun eta higiene irudia ematen duen usain atsegina ateratzen da bertatik.

Argazkia 1: Goian Euroservhin eta behean Serkontenen kontratatu daitezkeen edukiontzia



Iturria: Norberak egina, Eurosevhi eta Serkontenen web gunetako argazkiak hartuz

b) Edukiontzi griseko zaborraren tratamendua

Emakumezkoen higiene produktuak nora bota behar diren ezagutu dugu, ahalik eta gutxien kutsatu eta behar duten tratamendua jaso dezaten: gogora ekarri behar baita, osasunerako arriskuak ekarri ditzazkeen usain, gas eta hautsak isurtzen dituztela (Arriols, 2018).

Beraz, azpialat honetan, behin hauek edukiontzi grisera heltzen direnean, berrerabil, birziklatu edo errebaloritzatu ezin daitezkeenez; jasan behar duten tratamenduaz arituko gara non zabortegi eta errustegiak zer diren eta nola funtzionatzen duten azalduko den. Gainera, Espainian hondakinak tratatzeko dauden zentroen kokapena eskaintzen duen mapa plazaratzeaz gain, Gipuzkoa mailan, errefusaren tratamenduarekiko dagoen egoeraren berri emango da.

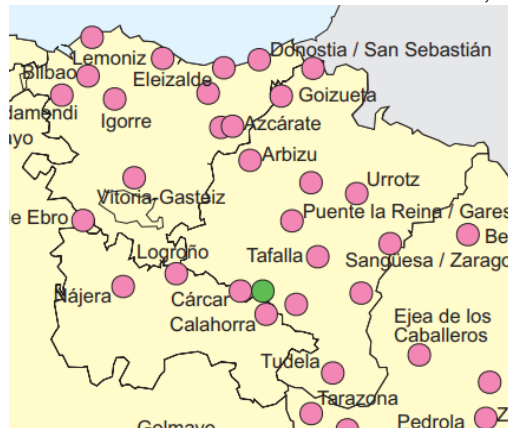
Hortaz, hasteko, 2. argazkian, (kolore arrosez zabortegiak eta berdez erraustegiak bereizturik), estatu mailan, edukiontzi griseko zaborra kudeatzeko aukera bakoitzetik zenbat dauden jakiteko unea iritsi da. Espainiako mapa, autonomia desberdinentan banaturik dagonez, 3. argazkian, 2. argazkia handituz lortu dena, Gipuzkoako zein EAEko egoera hobeto ikusteko aukera dago. Esan beharra dago, datuak 2019 baino lehenagokoak.

Argazkia 2: Hiri-hondakin solidoak tratatzeko zentroak, Espainian



Iturria: Espainiako gobernua, sustapen ministerioa, instituto geografiko nazionala.

Argazkia 3: Hiri-hondakin solidoak tratatzeko zentroak, Gipuzkoan



Iturria: Espainiako gobernua, sustapen ministerioa, instituto geografiko nazionala.

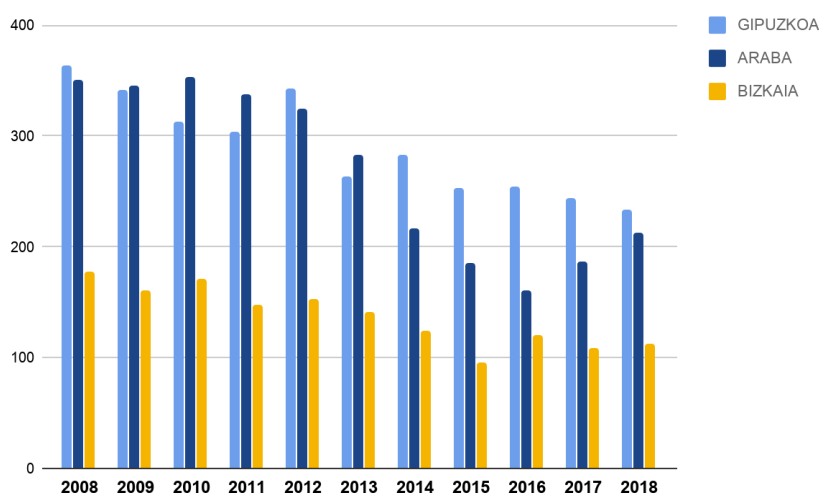
Behin informazio hau eskainita, zabortegei eta erraustegietan sakontzen hasiko gara gauzak hobeto ulertzeko xedearekin.

i) Zabortegeiak

Lurraren barruan, kontu handiz diseinatutako horma trinkotu eta iragazgaizturik dituzten zuloak dira zabortegeiak, hondakinak inguruko ingurumenetik isolatuta mantendu nahian. Zaborra, geruzten jartzen da, lur geruza batekin estaltzen delarik. Betetzen direnean, behar bezala estali eta lurra ahalik eta integratuen uzten da, gero lekua beste gauza batzuetarako erabili daitekeelarik. (Ikus “*Vertederos controlados*” web orria). New York-eko “*Central Park*” izan daiteke adibiderik esanguratsuen, munduko toki turistikoa ezagunenetakoa delarik (Caceres Cortez, 2017).

Hauek kontrolatuak egon behar dutenez, estatu mailan, hondakinei eta lurzoru kutsatuei buruzko 22/2011 legea dago non; hala nola, uren kutsadura, substantzia arriskutsuen sorrera eta gaixotasunen transmisioa bezalako ondorioak sahiesteko legearen nondik norakoak adierazten diren (Ikus BOE web orria). Autonomia erkidego mailan; EAEko ingurumen, lurralde plangintza eta etxebizitza sailaren 3/1998 lege orokorra dago, otsailaren 27koa, Euskal Autonomia Erkidegoaren natura babestekoa xedearekin ezarri zena (Ikus Eusko Jaurlaritzaren web orria).

Grafikoa 4: Zabortegetan utzitako hiri-hondakinak (kg/pertsonako), herrialdearen arabera (2003-2018)



Iturria: Norberak egina, Eustateko datuak erabiliz

Zabortegeien asmakizunarekin batera, errefusaren kudeaketaren erabateko soluzioa eratu zuela uste zen; aldiz, azken urteotan pairatu den arazoetako bat, birziklatu ezin den zabor kantitatea alegia, geroz eta altuago da eta beraz, zailtasunak daude

hondakin guztiak behar bezala kudeatzeko. Horregatik, gizartea, ahalegin handiak egiten hasi da, ahalik eta zabor gutxien sortzeko, izan ere, kondarraren administrazioaren nondik norakoak oraindik airean dauden ikognitak dira, sortzen diren ingurumenarekiko ondorioak larriak baitira oso.

Horren islada, 4.grafikoa izango litzateke, hiru probintziak bereiztuta daudelarik, argi ikus daiteke, 2018 urterarteko datuetan oinarrituz, Euskadin, zabortegietan utzitako hiri-hondakinen kantitatean, beherakada bat eman dela. Horren ondorio, erraustegien sormenaz gain (segidan azalduko direnak), ikerketako 6.ataleko ekonomia zirkularrak, garapen iraunkorreko helburuek eta emakumezkoen higiene produktuen aukera jasangarrien azalpena izan daitezke.

Informazio hau eskuratu ostean, Gipuzkoako egoeran azterketa labur bat egingo dugu. 2018an, José Ignacio Asensiok, Gipuzkoako Foru Aldundiko Ingurumen Diputatuak, 160.000 tona errefusa inguru zabortegietara eramaten direla adierazi zuen, hortaz, Gipuzkoako Ingurumen Guneko departamentuak, toki falta dela-eta, Meruelon (Kantabria) eta Mutilon konponbideak bilatu behar izan dituzte zabor kantitate guztia kudeatu ahal izateko. Horrekin nahikoa izan ez zenez, Bizkaiako eta Gipuzkoako Hondakinen Kontsortzioak, akordi bat sinatu behar izan zuten, Zubietako erraustegia martxan jartzen zen bitartean, lurralde historikoko birziklagarri ez zen hondakinen %100eko tratamendua bermatzeko. .

Laburbiduz, zabortegiak, XX.mendean zehar, errefusa bezalako zaborraren kudeaketarako soluzio izan dira. Aldiz, nahiz eta, hondakinak biltzeko tokia ezartzerako unean, lekuaren ikerketa sakon bat egiten den arren; ingurumena airez, urez edota lurrez kutsatua izaten da; usain txarra sortzeaz gain, inguruko uraren kontsumoa ezinezkoa egiten da isurtzen diren produktu toxikoengatik eta gizaki zein animaliengan gaixotasunak sortzen dira, substantzia arriskutsu asko elikadura katera pasatzen direlako. Horrek gizakien intoxikazio kimikoa eragin dezakelarik.

Beraz, egoerak, hurrengo mendean, zabortegiak “ordezkatuko” dituen beste asmakizun bat munduratzeara eragin zuen, ingurumenarentzat jasangarriagoa izango denaren esperoan; horregatik, jarraian dagoen puntuan, erraustegiak azalduko dira non zer diren, nola funtzionatzen dutenen eta baita ere, sortzen dituzten ingurumen ondorioak azalduko diren.

ii) Erraustegiak

Hondakinen kudeaketarako beste aukera bat, erraustegiak dira, kondarraren guztizko bolumena murrizteaz gain elektrizitatea sortzeko gaitasuna duten lantegiak direnak; XXI.mendean hasieratik, zaborraren kudeaketarako soluzio bezala kontsideratzen hasi ziren hainbat herrialdeetan Alemania, Herbehereak, Austria eta Suedia (CEWEP, 2014).

Labean material horiek erretzen direnean, galdararen hodiedatik dabilen ura presio handian lurrin bihurtzea eragiten du non turbina bat mugitzeko eta elektrizitatea sortzeko gai den; berrerabili ezin diren hondakinak, elektrizitatea eta beroa sortzeko aprobetxatzen dituztelarik (Tejedo, 2013).

Asmakuntza paregabea dirudien arren, errektuntza prozesuan zehar gas toxikoak sortzen dira partikula kaltegarriekin. Horretarako, 653/2003 Errege Dekretuan, maiatzaren 30ekoa, hondakinen errausteari buruzkoa legea sortu zen (Ikus BOE); hori dela-eta, isurketa horretan askatzen diren partikulak, atmosferara askatu aurretik, araztegi unitate batetik pasa behar dira, isurien segurtasuna bermatzeko.

Zabortegiekin bezala, hondakinen kudeaketarako erabiltzen den aukera honen teoria ezagutu ostean, Gipuzkoako egoera zein den aztertuko dugu. Egun, soilik, erraustegi bat dago, probintziako ipar-ekialdean kokaturik, Donostia eta Usurbil udalerriek partekatzen duten auzoan, Zubietan; zegokion probak egin ostean, 2019ko urrian hasi zen funtzionatzen,.

“Zubietak posible egingo du birziklatze-tasak %60a gainditzea; hortaz, Gipuzkoak behar zuen aurrerapausoa izan da Europako herrialde aurreratuenen maila berean kokatzeko eta Europar Batasunak ezarritasko helburak hamarkada bat lehenago betetzeko” (Asensio, 2019).

Gipuzkoako Hondakinen Kudeaketak (GHK) aurreikusten du; Gipuzkoako energia elektrikoaren sorreraren iturri nagusia izango dela eta nabarmen murriztuko duela lurraldearen mendekotasun energetikoa; egun %94 izanik, Europako batezbestekoa baino askoz ere handiagoa dena.

Hala ere, berdin dio erraustegia zein modernoa den, halabeharrez, airerako emisio zein erraustak askatzen dituela. Gainera substantzia toxiko ugari igortzen direnez, giza osasuna kaltetua ateratzen da, bertatik gertu bizi diren pertsonen heriotza-tasa, gaixotasunak eta bizi-kalitatearen murrizketa sustatuz (NRC, 2000). Bestalde, 1998ko ekainean, Sintran, OSPAR-ek ospatu zuen bileran, herrialde desberdinetako ministroek, substantzia toxiko eta arriskutsuen askapena etetearen konpromisoa adostu zuten, belaunaldi bateko epean lortzeko asmoz. Aldiz, erraustegiak ezin dira ekoizpen garbiaren alternatiba bezala kontsideratu, zero emisioaren helburua ezin baitute bete (Allsopp, Costner eta Johnston, 2001).

Laburbilduz, azpiatal honetan, edukiontzi grisesan amaitzen duten produktuen tratamendua zein zen ezagutu da, indarrean dauden bi aukeren alde on eta txarrak aipatuz. Baina, azken finean, garbi dago, erraustegi zein zabortegiek, pertsona bakoitzaren pentsamenduen arabera bata bestea baino hobea dela uste duen arren, hala edo nola, natura kutsatzen dutela.

- *Gizakiak sortutako hondakinen kudeaketak gure ingurumean ahalik eta eragin txikiena izatea posible al litzateke?*

Tamalez, galdera hori modu zehatz eta argi batean erantzun dezakeen ihardespenerik ez dago oraindik. Horregatik, birziklatu ezin diren produktuak, beti sortuko direnez, garrantzia du, *“REDUCE, REUTILIZA Y RECICLA”* (Murriztu, berrerabili eta birziklatu) sistema jarraitzea non sortzen diren hondakinak, bai industrialak bai etxeak, nabarmen murriztea duen helburu: egun merkatuan dauden eta behar bezala birziklatu ezin diren materialen bizitza erabilgarriaren amaiera iristean, material jasangarriengatik ordezkatuz: merkatu birziklatuari sustapena emateko.

Emakumezkoen higiene produktuak, erabili ostean, bota behar diren edukiontzia informazioa lortzeaz aparte, hauek, birziklatu edo berrerabil ezin direnez, jasaten duten tratamendu berezia zein den ezagutu berri dugu, erraustegi eta zabortegiak aipatuz. Ohartu gara, modu batera edo bestera, beti, ingurumena kutsatzen dela eta ondorioz, gero eta praktika gehiago daudela aukera jasangarriengan apostua egiten dutenak.

Hortaz, 6. atalean, aukera tradizionalak ordezkatzen lagunduko duten beste alternatibak zerrendatuko dira ahalik eta zabor gutxien eratzeko helburuarekin. Bertara iritsi baino lehenago, tanpoi eta konpresen erabilpena eginez gero, emakume batek zein Gipuzkoan hilekoa eduki dezaketen emakume guztiek, eratuko luketen zabor kopuruaren estimazioa egingo da, non zenbatekoa errefesua kantitate guztiarekin alderatuko den.

5.4 Emakumeen higiene produktuek eratzten duten zabor kopuruaren estimazioa

Esan bezala, azpiatal honen muina, emakumezko higiene produktengandik sortzen den errefusa kopurua, lurralde historiko mailan eratzten den guztizkoarekin alderatzea da, suposatzen duen ehunekoa ere kalkulatz: kopuruak nahiko ezanguratsuak direla jabetzeko.

Hori jorratu ahal izateko, bi dira estimatuko diren aldagaiak: alde batetik, Gipuzkoan sortzen den errefusa kantitate orokorra eta bestetik, lurralde historiko mailan, emakumeen higiene produktuen erabilpenaren medio sortzen den zaborren zenbatekoa. Horretarako, datuak eskuratzeko, iturri ofizialetara jotzeaz gain, norberak egindako inkestan lortutako emaitzez baliatu gara.

a) Gipuzkoan sortzen den errefusa kantitate orokorra

Arestian aipatutako ehunekoak zein den ezagutzeko, lehenik, lurralde historikoan, urtez urte, beti ere kilogramoetan, eratzen den errefusaren guztikoa zein den jakin behar da. Hori, 12 taulan, ikus daiteke non 2014tik 2018rarte, Gipuzkoan, lortu den errefusa kopurua adierazita dagoen. Topa dezakegun urte urrutienetik, gaur egunetik gertuen dagoenerarte, lau urteko diferentzia egonik, kopuruetan beherakada bat egon dela garbia dago: hogeita hamar milioi kilokoa alegia. Gainera, gutxiketa hori, taulako azken bi zutabeetan pairatu daiteke, alde batetik, urte batetik bestera eta bestetik, 2014 urtearekiko, ematen den murrizketa ehunekoetan adierazita baitago.

Gertaera horren eragileak anitzak izan daitekeenez, ondorengo atala, seigarrena, beherakada horren zergatiari eskainiko diogu. Orain, aldiz, emakumezko higiene produktuen erabilpenaren ondorioz sortzen den zabor kantitatearen estimazioa kalkulatzeari ekingo diogu, azpiatalaren helburua nagusia den alderaketa lortu ahal izateko, hau da, Gipuzkoan sortzen den errefusa kantitatekiko konparaketa.

Taula 13: Gipuzkoa mailan sortzen den errefusa kantitatea (2014-2018)

URTEA	ERREFUSA (kg)	GUTXIKUNTZA AURREKO URTEAREKIKO (%)	GUTXIKUNTZA 2014 URTEAREKIKO (%)
2014	172.133.937,77	-	-
2015	152.027.829,96	%11.68	%11.68
2016	151.745.872,92	%0.19	%11.84
2017	147.246.038,89	%6.26	%14.46
2018	141.611.929,07	%3.82	%17.73

Iturria: Norberak egina, Gipuzkoako Hondakinen Kudeaketako datuak erabiliz.

b) Gipuzkoan emakumeen higiene produktuek sortzen duten errefusa kantitatea

Estimazio hau egin ahal izateko, datu dezenteren beharra izango dugunez, pauso pauso joango gara. Horretarako, gauzak errazago egiteko intentzioarekin, bost aldagai nagusi sailkatu ditugu: hilekoa duten emakumeen adin-tartea (lehen hilekoa eta menopausia), menstruazioa irauten duen egunen batzuetan, hilekoa eduki dezaketen emakumeen kopurua Gipuzkoan (menstruazioaren adin-tartea eta dauden emakumeen kopuruz baliatuz), guztira dauden odolte-egunak eta egun batean erabiltzen diren tanpoi edo konpresen zenbatekoa.

1. Hilekoa duten emakumeen adin-tartea

Lehenik, hilekoa pairatzen duten emakumeen adin tartea ikertuko dugu. *Menarkia* esaten zaio emakumea, lehen menstruazioaren agerpenaren ondorioz, pubertarora iritsi delaren uneari. *Menopausia*, aldiz, hilekoaren etenaldi natural eta iraunkorraren kontzeptua da.

- ❖ *Lehen hilekoa (menarkia)*: momentu hau, faktore anitzengatik baldintzatuta dago; barne edota kanpokoak. Izan ere, bakoitzaren gorputzaren ezaugarri biologikoek garrantzi bera dute, herrialde horretan dauden faktore sozio-ekonomiko eta ingurumenekoen antzera. Espainian, lehendabiziko hilekoaren agerpenaren batz bestekoa, 12 urteetan ezarria dago (*Ikus "Sanitas" web orria*). Adin horretatik aurrera, hilabetero, ernaldutako obulua jasotzeko prestatu den endometrioa beharrezkoa ez denez, baginatik, odol kantitate batekin batera, kanporatzen du gorputzak, hilekoa sortuz (*Ikus "Ausonia" web orria*).
- ❖ *Menopausia*: odol-jarioak ez dira bizitza guztirako izaten, aipatu bezala, emakumeek, adin batetik aurrera, menopausia pairatzen dute non obulutegiak, obuluak askatzeari uzten dion, estrogeno eta progesterona kantitatea gutxitzen delarik, hilekoa desagertzen den arte. Estatistikako Nazio Institutuaren (INE) datuen arabera, Espainia mailan, 51.4 urtean iristen da, nahiz eta urte batzuk lehenagotik, sintomak nozitzen hasten diren; %90ak, 48-54 urte bitartean.

2. Menstruazioaren iraupena

Behin hilekoaren adin-tartea, 12-51 urte bitartean ezartzen dela ezagutu ostean, emakumeak menstruazio duen bakoitzean, zenbat eguneko iraunaldia duen aztertuko dugu. Fluxuaren isurketa egunetan edota egun batzuk lehenago, emakumearen gorputzean hainbat sintoma azaltzen dira: tripako zein giltzurduneko minak, umore aldaketak, bularren handitzea, jateko gogoaren gehiagotzea, puztutako sabela... baina behin jaisten denean, pertsonaren arabera, 3-7 egunekoa izaten da hilekoaren iraunaldia. Adituek, batez beste, 5 egun izaten delakoan daude eta hori, inkestan lortutako erantzunekin baieztatu dezakegu, izan ere, menstruazioaren iraupeneko galderan, lehenengoan, %43.8 batek 4-5 egun bitartean eta beste %27.8 batek, 5 egun edo gehiagotako iraupena izaten duela erantzun baitute.

Esandokoak esanda, emakumezko batek, bere bizitza osoan, 468 menstruazio edukiko ditu, izan ere, urtean 12 aldiz, 39 urtez izango baitu hilekoa. Horietako bakoitzak, 5 egun iraungo dituela suposatuz, guztira **2.340** egunetan odolduko du.

3. Hilekoa eduki dezaketen emakume kopurua, Gipuzkoan

Taula 14: EAEko biztanleria, lurralde-eremuaren, adin-talde handien eta sexuaren arabera (2019/01/01)

<u>LURRALDE-EREMUA</u>	<u>GIZONEZKOAK</u>	<u>EMAKUMEZKOAK</u>	<u>GUZTIRA</u>
EAE	648.463	651.050	1.299.513
ARABA	98.299	98.024	196.323
BIZKAIA	338.538	344.108	682.646
GIPUZKOA	211.626	208.918	420.544

Iturria: Norberak egina; datu hauek erabiliz, Eustat, 2019/01/01

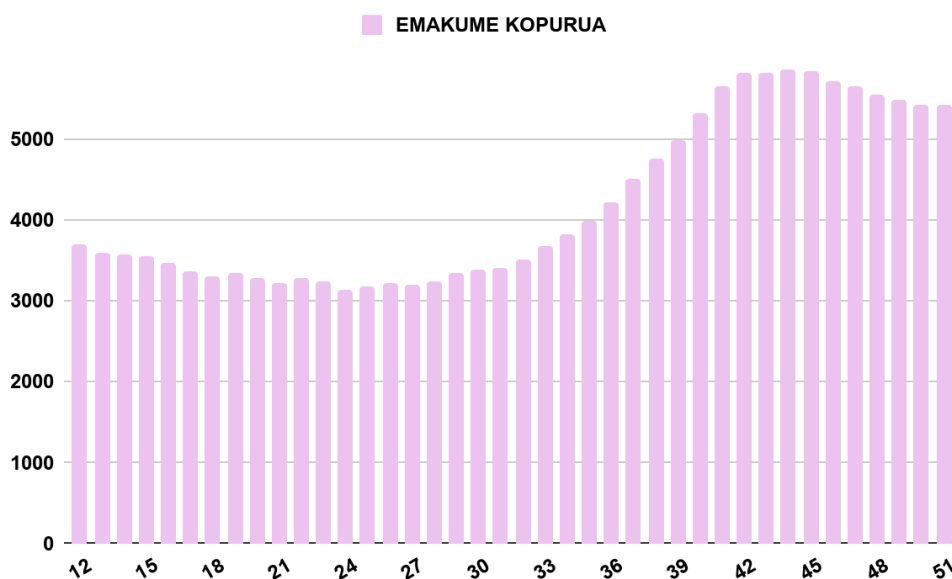
Jakin badakigu, emakume bakoitzeko zenbat hileko jasaten diren eta guztira zenbat odolte egun izango dituen urte nahiz bere bizitza osoan zehar. Datu hori jakin ostean,

Gipuzkoan dauden emakumeen kopurua ezagutu behar dugu; horretarako, Estatistikako Nazio Institutu (INE) eta Eustaten zenbait bilaketa egin ondoren, beti ere, gure lagina 12-51 urte den tarte kontuan izanez, honako emaitzak lortu dira:

Lehenik, Eustaten, (Euskal Estatistika Erakundea) EAeko biztanleria, lurralde-eremuen, adin-talde eta sexuaren arabera egiten duen sailkapenaren ondorioz, Gipuzkoan **20-64**ko edade duten emakumezkoen zenbatekoaren berri jakin dugu: 2019ko urtarrilaren 1eko datan, 208.918 kopuruarekin.

Aldiz, nazio mailako datuak plazaratzen dituen organismora jo ondoren, oraindik eta sailkapen zehatzagoa eskuratzeko aukera izan dugu. Euskal Autonomia Erkidegoan, eta Gipuzkoan, gure ikerketara zehaztuz, hilekoa jasaten duten lehen adinetik menopausia izatera arteko denboran, urtez-urte, dauden emakume-kopurua adierazten da, 2019ko uztailaren 1eko datuak. Guztira: **168.086** emakume.

Grafikoa 5: Emakume-kopurua, 12-51 urte bitartean, Gipuzkoa mailan (2019/07/01)



Iturria: Norberak egina, INEko datuak erabiliz

4. Odoltze-egunak

Orain arte asko dira, pixkanaka lortzen joan garen datuak: hilekoaren lehen eta azken urteen batz bestekoa, odoltze egunen iraunaldia eta Gipuzkoa mailan adin tarte horretan dauden emakumeen guztizkoa. Gauzak horrela, nahi dugun helmugara iritsi ahal izateko, lurralde historikoko emakumeek, guztira, zenbat egun odolduko lituzketen kalkulatu dugu. Datu hori erraztasunez eskuratzeko, taula batean orain arte lortutako informazioa guztia bilduko dugu, 2019.urtean, Gipuzkoako emakumeen odoltze egun totalen estimazioa egin ahal izateko.

Taula 15: Emakume batek zein Gizpukoan hilekoa eduki dezaketen emakumeen odoltze egunen zenbatekoaren estimazioa, 2019 urtean

EMAKUMEA KOPURUA	HILEKOAK (urtean)	EGUN KOPURUA	ODOLTZE EGUNAK
1	12	5	60
168.086	2.071.032	840.430	<u>10.085.160</u>

Iturria: Norberak egina

5. Egun batean erabiltzen diren tanpoi/konpresa kopuruaren batz bestekoa

Odoltze egunak ezagutuz, egun batean, emakume bakoitzak erabiltzen dituen tanpoi eta konpresa kalkulatzeko besterik ez zaigu falta, urte batean, higiene produktu hauek sortzen duten errefusa kantitatea ezagutu ahal izateko.

Emakumearen Osasunaren Dexeus Fundazioak berrikusitako artikulua dionez, beti ere kontuan izanik emakume bakoitzak odol fluxu desberdin bat duela eta horri aurre egiteko bere beharretara gehien egokitzen den produktua bat erabiltzen duela, batez beste, 4 orduko tanpoi edo konpresaren aldaketa burutzea aholkatzen dute. Guk, emakumeek hala egiten dutela ziurtatu dezakegu, inkestan jasotako erantzunen ondorioz, %60ak hautatu baitu erantzun hori. Hortaz, egunak 24 ditueneguz, egun batean 6 tanpoi/konpresa erabiliko lirateke. Aldiz, lo orduak, batez beste, 8 ordu direnez, (Ikus "Sanitas" web orria) egunean 5 higiene produktu erabiliko direla estimatu da.

Hortaz, eskuratu dugun informazioaz baliatuz, Gipuzkoa mailan, urte batean zenbat tanpoi edo konpresa erabiltzen diren estimazioa egin ahal izango da; menstruziaz irauten duen egun kopuruarekin erabiltzen diren higiene produktuen batz bestekoa erreferentziatuz izanik.

Taula 16: Urte batean, Gipuzkoa mailan, erabiltzen diren tanpoi/konpresa kopuruaren estimazioa

EMAKUME KOPURUA	ODOLTZE EGUNAK (urtean)	TANPOI/KONPRESA KOPURUA (egunean)	TANPOI/KONPRESA KOPURUA (urtean)
1	60	5	300
168.086	10.085.160	840.430	<u>50.425.800</u>

Iturria: Norberak egina

Beraz, orain, atal honekin bukatzeko, bost aldagaien balioak estimatu ditugula, Gipuzkoako emakumeen higiene produktuen erabilpenarengatik eratzen den errefusaren kantitatea kalkulatzeko gai gara. Horretarako, lehenik, tanpoi eta konpresa horien kg kopuruaren kontuak aterako ditugu, hauek erabili baino lehenago duten pisua oinarritzat hartuz, izan ere, erabili osteko pisua jakitea ia ezinezkoa izango litzatekeelako. Horretarako, etxeko baskula batean tanpoi eta konpresa pisatu ditugu: bakoitzak, 5gko pisua duelaren emaitza lortuz.

Ondorioz, emakume gipuzkoarrek, urtean 50.425.800 tanpoi-konpresa erabiltzen dituztela jakinik, (50.425.800x5g) **252.129kg** errefusa aterako dira, soilik, produktu hauen erabilpenaren ondorioz.

c) Alderaketa: Gipuzko mailan sortzen den errefusa kantitate orokorra vs emakume gipuzkoarren higiene produktuen erabilpenarengatik sortzen dena

Azpiatal honetan, arestian aipatuko kg kopuru hori, 252.129kg, Gipuzkoan guztira lortzen den errefusa kopuruarekin alderatuko dugu. Tamalez, 2018.urtea izan da lortutako datu eguneratuena, (ikus taula12), hortaz, urte horretan zeuden emakumeen guztizkoa berriro ere kalkulatzeari ekingo diogu, zuzenean INEk eskaintzen dituen datuetara joanez, alderaketa ahalik eta zehatzena izan dadin.

Taula 17: Gipuzkoa mailan, hilekoa izan dezkatzen emakumezkoek sortzen duten errefusa kopurua, higiene produktuen erabilpenaren ondorioz, 2018

EMAKUME KOPURUA (2018)	ODOLTZE EGUNAK (urtean)	TANPOI/KONPRESA KOPURUA	GUZTIRA	Kg KOPURUA (5g/unitate)
167.646	10.058.760	838.230	50.293.800	<u>251.469.000g</u>

Iturria: Norberak egina

Ondorioz, honakoa izango litzateke alderaketa:

*Taula 18: Gipuzkoa mailan sortzen den errefusaren guztizkoa vs emakumezkoen higie
produktuengandik lortzen den kopurua*

GIPUZKOAKO ERREFUSA GUZTIRA (kg)	GIPUZKOAKO EMAKUMEEN TANPOI/KONPRESEN KOPURUA (kg)	PORTZENTAJEA (%tan)
141.611.929,07	251.469	%0.18

Iturria: Norberak egina

Bosgarren atal osoa, emakumezkoen higie produktuek sortzen duten ingurumenarekiko inpaktua aztertzeari eskaini zaio. Horretarako, asko dira bilatu behar izan diren datuak; menarkia, menopausia eta hileko bakoitzean erabiltzen diren tanpoi zein konpresa kopuruz gain, honen iraunaldiaren batz bestekoa eta Gipuzkoan menstruazioa eduki dezaketen emakumezkoen kopurua ere kalkulatu behar izan da; atalez-atal joan gara, 18 taulan dagoen alderaketa eskuratzera iritsi garen arte.

Behin, begi bistan datuak ditugularik, bi ondorio nagusi atera ditzazkegu. Alde batetik, gizakiok sortzen dugun errefusa kantitatea, estatu mailan, handia dela oso, kontuan izanik, ikerketa Gipuzkoa mailara murriztu dugula. Bestetik, urte batean, emakumeen artean erabiltzen diren tanpoi eta konpresa kopurua dela-eta, berrerabil ezin daitekeen zaborraren kilogramoaren zenbatekoaren igoera ematen dela.

Errealitatea zein den ezagutakoan, hurrengo atalean, ingurumen-inpaktu zein zabor kopuru horren murrizketaren alde apostua egiten duten hainbat praktikei egingo zaie aipamena; lehenik, ekonomia zirkularra eta garapen iraunkorreko helburuei buruz hitz eginez, azkenik, hilekoa duten emakumezkoek, gaur egun, erabil ditzaketen beste aukera jasangarrietara iristeko.

6. INGURUMENAREKIKO INPAKTUAREN MURRIZKETA

Denoi gustatzen zaigu mendian ibiltzen ari garean edo hondartza-ertzetik paseatzen dugunean, zaborrik gabeko ingurune garbi bat aurkitzea: tamalez, hain politak diren paisai horiek, lausotu egiten dira giza jarduerak sortutako hondakinen presentziagatik, espazioa iluntzeaz gain, bertan bizi diren flora eta faunen kalte handiak sortzen baitituzte. Izan ere, begibistakoa da, bizi garen gizarte kontsumistaren fruitu, dauden baliabide naturalak, lurrak berak ordezkatu ditzakeenak baino azkarrago gastazen ari garela.

Hori dela-eta, bizi garen planeta hau, zaborrontzi erraldoi batean bilakatzen ari garela esan beharrik ez dago, ez baita merkatuak eskatzen duena soilik fabrikatzen, baizik eta guztiz kontrakoa; fabrikatzen den guztia saldu egin behar da “*vender para fabricar*”. Ondorioz, “erabili eta botatzeko” gizarte batean murgildurik gaudenez, behar adina baino produktu gehiago kontsumitzen ditugunez, eratzen den zabor kantitate handien lehen erredunak, gu geu gara.

Material birziklatuen eta produktuen bizitza erabilgarria luzatzea aldarrikatzen duen sistemara aldatzea ez da erraza izango eta horregatik, argi dago, kondarrak ingurumen arazo izaten jarraituko duela, denbora luzez gainera, kontzientzientziazio eta birziklapena gizakion artean sustatzen ez den bitartean.

Beraz, atal honetan, estatu eta zer esanik ez, mundu mailan sortzen den zabor kantitatea beldurgarria dela ohartuz, (12. taulan soilik Gipuzkoa mailan, urte batean, eratzen dena adierazirik baitago) ingurumenarekiko inpaktua nola murriztu daitekeen aipatuko dugu, geroz eta indar gehiago hartzen ari den *ekonomia zirkularraren* sistema gogora ekarriz. Gainera jardunbidea bultzatu nahian, garapen iraunkorreko helburuetan, 2030.urterako lortu nahi diren helmugetan alegia, zabor eta planeta jasangarriagoaren alde txertatu diren jarraibideei egingo zaie erreferentzia.

Bigarrenik, gizarte mailako egoera aztertu ondoren, gure gaia den emakumeen higiene produktuetara gehiago gerturatzeko asmoz, eta hauek sortzen duten zabor kantitatea, nabarmena dela jakin ondoren, “ohiko” aukera, tanpoi eta konpresak esate baterako, ez diren beste produktuen aurkezpena egingo da, “*eco-friendly*” direnak, konpaketa ekologiko eta ekonomikoa eginez.

6.1 Garapen iraunkorreko helburuak

Behin atal honen sarrera irakurri dugula, ongizatea bilatu nahian sustatu nahi diren helburu zein sistemenak aipatuko ditugula jakinez; lehenik, eremu zabaleena jorratzen hasiko gara, piramide baten goragoko mailera igo ahal izateko oinarria zein den ezagutu behar baita.

Gogora ekarri ditugun helburu hauek, garapen iraunkorreko helburuak alegia, azken urteotan, gori-gorian daude, izan ere, pertsonen arteko berdintasuna, planetaren babespena eta gizartearen oparotasuna ziurtatzea dute helburu nagusizat, 2015eko irailaren 25ean, 193 herrialdek garapen jasangarriko 17 helburuekin konpromisoa hartu zutelarik (Ikus “*Objetivos de Desarrollo Sostenible*” web orria).

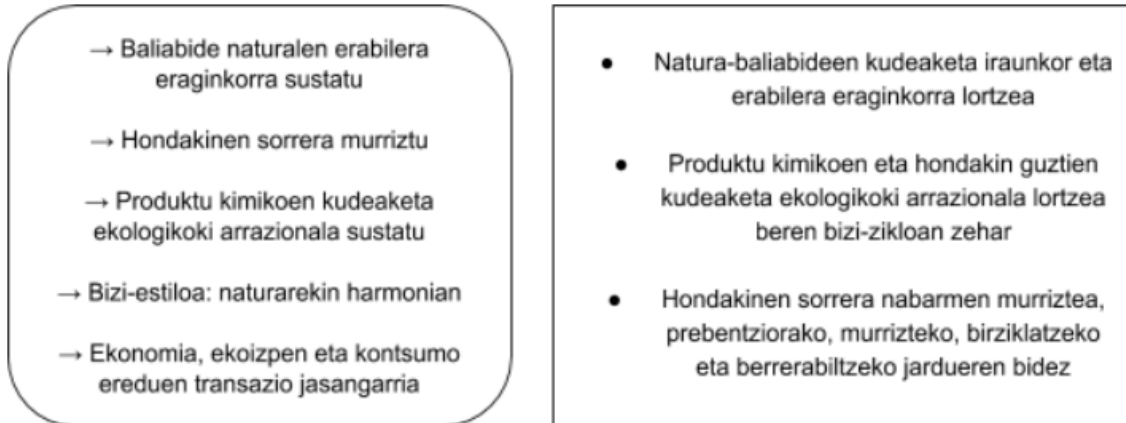
Helburuak, 2030.urterako betetzeko intentzioarekin, dagoeneko, estatu-ikuspegi eta Gobernuen ekintzen erdigunean kokatu dira, kontratu sozial global berri bat osatuz: mundu guztiak bere eginbeharra betetzen baldin badu; gobernu, sektore publiko zein pribatuak eta gizarte zibilak, mundu mailako ongizatea lortzea espero delarik.

Bakoitza zertan datzan, zenbait datu eta lortu nahi diren helmugak zein diren topa ditzazkegu, *Objetivos de Desarrollo Sostenible* web orrian. Aldiz, jarraian dauden laukietan, ikerketarekin harreman estua dutenak soilik aipatuko dira; eskubian helburuaren azalpena eta ezkerrean, 2030 urterako lortu nahi dena idatzita dagoelarik.

Aipatuko den lehena, gaiarekin harreman estuena duena, 12.helburua da: *Ekoizpen eta kontsumo arduratsua* alegia. Garbi dago, mundu jasangarri eta ekologiko bat

lortzearen norabidea ezarri dela non birziklapena eta berrerabilpena elementu nagusiak diren. Hortaz, esan daiteke, erabilera bakarreko produktuen kontsumoa, pixkanaka, gutxitzearen nahia dagoela, tanpoi eta konpresak talde horretan sartzen direlarik.

Taula 19: Ekoizpen eta kontsumo arduratsuaren deskribapena eta helburuak

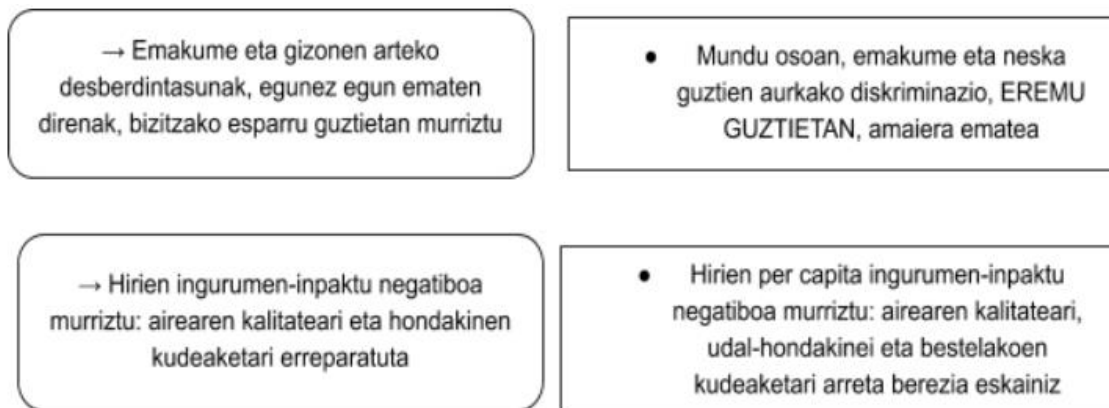


Iturria: Norberak egina, GIH web guneko informazioa erabiliz

Bigarrenik, *Genero berdintasuna eta Hiri eta komunitate iraunkorren* helburuak gogora ekarri behar dira; 5 eta 11 helburuak zehazki. Sexu desberdinen parekotasuna lortzearen, eremu guztietan diskriminazioaren ezabaketa bat eman nahi dela adierazten denez, suposatu dezakegu, emakumezko higiene produktuekin zer egingo den plateamendua barneratuta dagoela. Bada, hauen tratamendu fiskalaren, hots, laugarren atalean, tasa arrosa kontzeptua zer den azaldu dugunean, emakumeek, haien lehen beharra den, menstruazioaren, odoltzeari aurre egiteko, urtean zenbateko gastua egin behar dugun jakin berri baitugu (ikus 7 taula).

Ikerketaren bosgarren kapitulu osoan zehar, esan dugu, erabiltzen diren tanpoi eta konpresak birziklatu eta berrerabil ezin diren artikulak direnez, sortzen duten zabor kantitatea handia dela oso. Horregatik, hamaikagarren helburuak, hondakinen kudeaketaren hobekuntza eta murrizketaz aparte, zaborraren tratamenduaren garapena aipatzen du, beti ere, ingurumenaren ongitasuna lortzeko.

Taula 20: Genero berdintasun eta Hiri eta komunitate iraunkorren deskribapena eta helburuak



Iturria: Norberak egina, GIH web guneko informazioa erabiliz

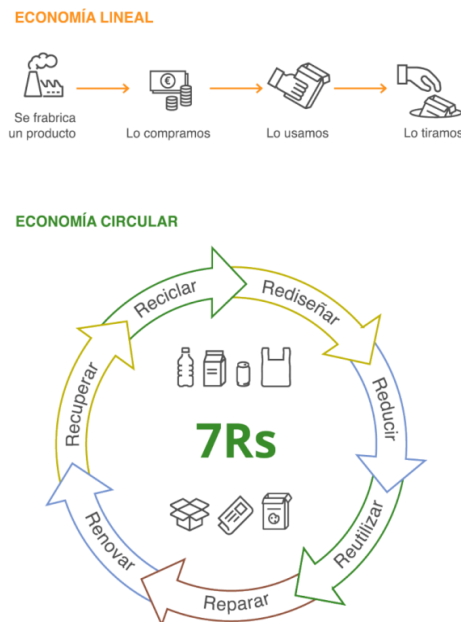
Beraz, Garapen Iraunkorreko Helburuek (GIH) emakumezko higiene produktuekin lotura duela ikusi ostean, ekonomia zirkularraren terminoa zehatz-mehatz jorratzeari ekingo diogu, estatu zein autonomia mailan ezarri diren neurri eta abantailak ezagutzeko.

6.2 Ekonomia zirkularra

Jakin badakigu, ondasunak zein zerbitzuak fabrikatzeko prozesu guztiek “ingurumen-kostua” bat dutela, bai ekoizteko orduan, bai bizi-zikloa amaitzerakoan. Hortaz, hori minimizatzeko xedearekin, *ekonomia zirkularren* terminoa sortu zen, *Ellen MacArthurren* eskutik 2012an, non material eta hondakinen optimizazioaren alde egiten den, haien bizitza erabilgarria luzatuz.

Baliabide naturalen agorpena geroz eta arazo larriagoa izaten ari da, ezarrita dagoen ekoizpen ereduaren erruz. Beraz, ahalik eta azkarren, egungo sistema linealetik (4. argazkia) ihes egitea lortu nahi da, beste gizarte eredu bat proposatuz. Bertan, material eta hondakinak erabili eta optimizatuko dira, hauei, bigarren bizitza emanez, “erabili eta botatzeko” aroari amaiera ematen zaiolarik (Ekonomia Zirkularren Fundazioa, 2018).

Argazkia 4: Ekonomia lineala vs Ekonomia zirkularra



Iturria: Ecoembes

Taula 21: Ekonomia zirkularren 7Ren kontzeptua

REDISEÑAR	-Diseinuan ekologia sartzea -Jasangarritasuna lehenetsi	RENOVAR	-Antzinako produktu guztiak eguneratzen saiatu, ez ordezkatu
REDUCIR	-Kontsumitzen ditugun produktuak murriztu -Sortzen dugun hondakinen kopurua murriztu	RECUPERAR	-Produkzio-prozesuan berriz ere sartzeko zeuden produktuak berriz ere bildu
REUTILIZAR	-Produktu guztiak berriro erabili -Etxeko gauzei bizitza berria eman -Bizitza erabilgarria luzatu -Gehiegizko ekoizpena gelditu	RECICLAR	-Ekoizpen-produktuzio batean erabili diren material zein hondakinak, beste produktu berri batzuen sormenareko lehengai gisa erabili
REPARAR	-Konpontzen saiatu		

Iturria: Norberak egina, Ecoembeseko informazioaz baliatuz

Horretarako, produktuek, *ekodiseinua* izan behar dute, berrerabili eta birziklatzeko aukera izan dezaten, pil-pilean dagoen *7R*ren kontzeptua barneratuta eduki behar dutelarik (Ikus “*Ecoembes*” web orria). 21 taulan, kontzeptu hau osatzen duten R bakoitza zer den eta zertan datzan ardieraziko da; egungo ekonomia eta gizartearen bizi-moduan aldaketa anitz eragingo dituelarik.

Ekonomia zirkularren sistemak eratu ditzazkeen *abantaileei* dagokienez, 21 taulari erreparaturik, ikus dezakegu, onura nabarmen asko gertaraziko dituela eremu desberdinetan; batik batik, gizarteak baliabideen eta lehengaien urritasunarekin duen borrokari konpobidea emango diolako, biztanleriaren bizi-kalitatea hobetuz eta lanpostu berriak sortuz.

Gainera, produktuen bizitza erabilgarria luzatuko du non kontsumitzaileen poltsikoen aurrezkiaren eragina eta enpresen errentagarritasuna hobetzen lagunduko duen, materialetan egin behar den inbertsioen kantitatea gutxituko delako. Bestalde, mundu mailako kezka den berotegi-efektuan, hobekuntzak emango dira, isurketen zenbatekoaren beherakada dela-eta.

Hortaz, enpresek, epe luzerako ikuspegia ziurtatu nahi badute, geroz eta kontzienteagoak izan behar dute, garapen iraunkorreko eredu bati jarraitzea ezinbestekoa dutela; ekonomia iraunkor baterantz eboluzionatuz. Beraz, munduko ekonomia, ekonomia berde edo ekologikoaren norabidean doa; energia gabi eta berriztagarriak erabiliz ekosistema zaindu eta biodibertsitatea babesten duten garapena bultzatu eta ingurumena babestuz.

Horren adibide garbia, geroz eta enpresa gehiago dira, markaren irudia hobetu nahian, aldaketak egiten hasi diren multinazional zein enpresak; hots, McDonald-ek 2009.urtean, logoak zuen kolore gorria alde batera utzi eta berdera aldatu zuen; natura, osasuna eta harmonia adierazi nahian (De Diego, 2012).

Aldaketa hau, merkatuko sektore guztietan pairatzen hasi da azken urteotan, gure ikerketako gaian ere, ekimen hau gauzatzen hasi delarik. Emakumezko higiene produktuak saltzen dituzten enpresek, tanpoi eta konpresa tradizionalek sortzen dituzten ingurumen inpaktuak, jendearen artean, geroz eta ezagunagoak egiten ari direla jabetuz eta aukera jasangarriagoa den kopa menstrualak, emakumeen lehen aukera izaten hasi denaren ondorio, haien irudia hobetu nahian, produktu ekologiko eta organikoak merkaturatzen hasi dira, nahiz eta hauen erosketa asko garestitzen den, duten prezioa dela-eta.

Gizarteak markarekiko duen irudiak, inplizituki bada ere, enpresetan jarraitzen den sistemetan aldaketa emateko presio handia egin badu ere, minimo batzuk bete daitezten ziurtatzeko, estatu zein mundu mailan *neurri* desberdinak ezarri dira. Hauek, 10 urteko epean betetzeko helburuarekin egotzi dira, ekoizpen sistema batetik besterako transmisio aurrera eramanez ahal izateko. Segidan, eremu orokorrenetik hasi, Europatik, eta alor zehatzenean amaituz, Gipuzkoan, aurrera eramanez nahi diren neurriak, zerrenda labur batean ipiniko ditugu, jakinaren gainean egon gaitetzen, kultura gisa.

Europar Batasun mailan hartutako neurrietatik abiatuz, Simona Bonaféren eskutik (2018), sozialisten eta demokraten aliantza progresistaren (S&D) taldeko europidutakua, egin zen proposamenean barneratzen diren zenbait atal azpimarratuko ditugu:

Hogeita bigarren taulan, irakur ditzazkegu onartu ziren lau lege-proposamenak non hiruk hondakinen kudeaketarekin lotura duten; ingurumenarako, klimarako eta giza osasunerako onurak lortu nahi direlako. Horretarako, EBk ekonomia zirkular baterantzko norabidean joan beharra du, produktu, material eta baliabideak ahalik eta denbora luzeenean mantenduko diren merkatua sortuz. Jarrian, neurri horiek,

autonomia mailan nola egokitu diren ikus ahal izateko, beste taula bat eratu da *Gipuzkoa mailan* hartutakoak barneratzen dituen.

Taula 22: Europar Batasunak egin zuen proposamena, ekonomia zirkularrean

- 1) 2025 - %55 / 2030 - %65 → udal-hondakin birziklatu beharko da
- 2) Zaborraren %10 → gehienez zabortegietan amaitu ahal izango du
- 3) 2030an → elikagai-galera erdira murriztea
- 4) Hondakinen bilketa berezia areagotzea

Iturria: Norberak egina, Europako Parlamentuko informazio erabiliz

Taula 23: Ekonomia zirkularrarekiko estrategia, Euskadi mailan

- 1) 3.000 lanpostu baino gehiago sortzea ekonomia zirkularraren esparruan
- 2) Kontsumoari lotutako karbono-isurketak %26ean murriztu
- 3) Material zirkularraren erabilera-tasa → %30era handitu

Iturria: Norberak egina; ingurumen, lurralde plangintza eta etxebizitza saileko datuekin

Gaur egungo ekoizpen sistemaren ezagupen globala egin ondoren, begibistakoa da, ekonomiak, eredu lineal batetik, zirkular baterako trantsizioa jasaten ari dela, izan ere, argi dago, egungo bizimoduarekin jarraituz gero, planetak nekez iraungo duela.

Gradu amaierako lan honen helburuetako bat, emakumezkoen higiene produktuek sortzen duten inpaktuaren murrizketaz hitz egitea denez, egoera zein den ezagutarazi behar izan dugu, gizakion ohituren aldakatera sustatzen duen ekonomia zirkularraren abantailak eta neurriak azalduz non kontsumo arduratsuago eta jasangarriagoaren apustu egiten den.

Behin ezagutza hau dugunean, nahi genuen tokira iritsi gara, ingurumen-inpaktu larriak sortzen dituzten eta ikerketa honen protagonista bilakatu diren tanpoi eta konpresen aroarekin amaitzeko xedearekin, merkaturatu diren aukera jasangarrien azalpenarekin hasteko unea alegia, ingurumen-inpaktua murrizteko bide argia baitira.

6.3 Emakumeen higiene produktuen aukera jasangarriak

Gure ingurura begiratu besterik ez dugu; kontrolik gabeko plastikoaren erabilpena eta sortzen diren berrerabil ezin daitezkeen zaborraren kantitate beldurgarriek, gure planetak pairatzen dituen arazo larrietarikoak direla jakiteko. Bizi garen gizarte kontsumistaren joeraren fruitu, “erabili eta botatzeko” produktuen erabilera, inplizituki, sustatzen da, hauen bizitza erabilgarria geroz eta laburrago eginez, uneoro erostean beharra baitugu. Hori dela-eta, eta mundu zein estatu mailan, aldaketa bat lortu nahian

ezarri diren lege eta sistemen ondorioz, gizartea, azken urteotan, gauzak aldatzearen norabidean ari da igerian, eremu askotako ohiturak aldatu nahian.

Hortaz, gure sektoreari dagokionez, gaur egun arte merkatuan arrakasta handiena izan duten produktuek; tanpoi eta konpresa, esate baterako, alde batera utzi eta ekologikotzat kontsideratzen diren beste aukera jasangarriago batzuen alde apostua egitea da helburua.

Horretarako, azpiatal honetan, askok entzun edota probatu duten produktu eraldatzaile nagusienaren, kopa menstrualaren, aipamen zabal bat egingo da; ezaugarri, eboluzio eta prezio-konparaketa bat eginez. Ondoren, oraindik, bai Espainia bai Euskal Autonomia Erkidegoan, oso ezagunak ez diren arren, beste bi aukerei; hilekoarentzako kulero eta oihalezko konpresei, gainera bada ere, egingo zaie erreferentzia.

a) *Kopa menstrual*

Ikerketaren puntu honetara iritsi eta gero, emakumeek historian zehar hilekoaren odol jariora kontrolatzeko hainbat metodo desberdin asmatu dituztela badakigu, historiako une bakoitzean zituzten baliabideak ustiatuz.

Denborak aurrera egin duen ahala, tanpoi eta konpresak izan dira, gaur egun arte, gizarteak zituen aurre-iritzi eta tabuei aurre egin ostean, arrakasta handien izan duten bi produktu nagusienak, emakumeek izan dituzten beharreei hobekien egokitu diren artikulua izan baitira, emakumeen egunerokotasuna asko erraztu baitute.

Mendeetan zehar, hala edo nola, erosotasuna eta diskrezioa lortzea ziren emakumezkoen higiene produktuei eskatzen zitzaizen ezinbesteko bi aldagaiak. Aldiz, sozietatean pentsamenduan aldaketa bat eman denez, gizon eta emakumeen berdintasunaren norabidean, (nahiz eta tamalez, pertsona batzuk oraindik antzinaroan bizi direla ematen duelaren sententzia daukadan) eta egun dagoen ingurumen kontzientzia delako-eta, emakumeek, produktu hauetan, beste atributu batzuk bilatzen dituzte, batez ere, generazio berriek.

Irakurtzen ari zareten zenbaitek, jadanik, jakingo duzue ze produktuari buruz hitz egiten ari garen baino honen aipamena egitea, beharrezkoa da; alde batetik, besteek ezagutarazi dezaten eta bestetik, denok, terminoaren erabilera ohitzen hasi gaituzten, produktu honek eragin nabarmena izango baitu emakumezkoen higiene produktuen sektorean. Bai, *kopa menstrual* da, egun, emakumeak, saiakera asko egin ondoren, bilatzen ari den edo hobeto esanda, behar duen, artikulua.

Aukera honek, azken hamarkadan, iraultza bat sortu du hainbat esparruetan, produktu berri eta ekintzaile baten izaera hartuz, azken higiene asmakizun bezala kontsideratuz. Aldiz, kopa menstrualaren inguruan irakurriz gero, 1930etik aurrera patenteak egon ziren, pixkanaka gaur egungo ereduari gerturatzen zirelarik.

Merkaturatu zen lehen kopa, 1937an, Leona Chalmer estatubatuarrak diseinatu zuen, kautxu bulkanizatuz eginda; Earle Haas doktoreak gaur egun izen ezaguna duen enpresa bat patentatu zuen garai berean (Ikus *"Intimina: la historia de la copa menstrual"* web orria). Koparen zabalkunde eta salmenta egon zen arren, aro horretan emakumea metodo tradizionaletik ihes egiteko prest ez egoteaz gain, bigarren Mundu Gerraren eraginaren ondorioz materialaren urritasuna pairatu zenez, porrot egin zuen.

Baina, Chalmerrek, ez zuen amorerik eman eta etengabe saiatu zen produktuak merkatu zein gizartean behar zuen tokia eduki zezan. Ondorioz, 1950 eta 1970 artean konpainia handiago batekin aliatu zen, asmakizunaren aldeko apustua egin eta konpresa eta tanpoien industriari aurre egin nahi zion hezkuntza programa batean inbertitu zutelarik, Tassaway izeneko kopa eratu ahal izateko. Baina oraindik ere, oso emakume gutxi ziren hilekoaz eta baginaz hitz egiteko gai zirenak, eta konpainiak

ateak itxi behar izan zituen 1973an (Ikus *“Intimina: la historia de la copa menstrual”* web orria).

Materialari dagokienez, 2000.urtean, silikona, gaur egungo kopetan erabiltzen jarraitzen dena, hipoalergiako eta bakteriei aurre egiten dion material bezala kontsideratua izan zenez, material nagusi bilakatu zen handik aurrera. Hori gertatu ondoren eta teknologiaren aurrerapen handiaren ondorioz, 2012an, Intimina enpresaren eskutik, kopak duen edalontziaren forman aldaketa garrantzitsu bat eman zen, emakumearen gorputzera primeran egokitzeko aukera ematen zuelako; malgutasuna eta leuntasuna emanez (Garcia, 2018). Espainiara, 2003.urtean iritsi zen Mooncup marka britainiarren eskutik eta 2010.urtean, Espainian bertan ekoizten ziren kopak azaldu ziren. Aldiz, hiru urte pasa behar izan ziren merkatuan hazten hasteko.

Gaur egungo egoera aztertuz, 80 urteko bilakaeraren ostean, produktua, munduko toki askotan, hazkunde fase batean dagoela ikus dezakegu, kontsumitzaileek onartzen hasi baitira. Horrek, salmentetan eragina du eta beraz, irabaziak *in crescendo* joeran daude. Gainera, eskaria geroz eta handiago denez, enpresek duten posizionamenduaren finkapena sortzen da, azaldu daitezkeen lehiakide berriei lehia egiteko prest egoteko. Ondorioz, produktua, unetik unera hobeago izango da: prezioan, kalitatean eta bai barne eta kanpo diseinuan (Espinosa, 2019).

Laburbilduz, kopa menstrualak, gero eta emakume gehiagoren aukera bihurtu da eskaintzen dituen onurak direla-eta; inkesta erantzun duten emakumeen %24.5 batek erabiltzen duelarik. Lehen *abantail*⁷ bezala honek duen iraunkortasuna izango litzateke, izan ere, hamabi orduz baginaren barnean egoteko prestatuta dagoenez, egun naiz gaeuz, egunean bitan aldatzearekin nahikoa da, normalean.

Horrek, arropa zikintzearen kezka alde batera uzten du, erabateko erosotasuna sortuz. Kopa menstrualak, hilekoan zehar, baginaren barnean sartzen den silikonazko ontzi bat da non bertako hormetara egokituz, eratzen den fluxu guztia jasotzen duen, odola xurgatzen ez duelarik (Ikus *“Enna cycle”* webgunea). Barnean dagoenean, *“efecto vacío”* egiten duenez, tokitik mugituko ez delaren erabateko ziurtasuna ematen du, konfiantza sortuz.

Bestalde, osatuta dagoen materialak direla-eta, silikona batik bat, tanpoia eta konpresa baino osagungarriagoa egiten du produktua. Gainera, hilekoaren lehen eta azken egunean, desinfektatu egin behar da, 3-10 minutu bitartean esterilizatuz, egon daitezkeen mikroorganismo, bakteriak edota virusak desagertuz.

Erabilera egokia ematen bazaio, 10-15 urte iraun dezake (Ikus *“Intimina”* web orria). Hortaz, emakume batek, bere bizitzan zehar 39 urtetan odoltzen duenez (aurreko atalean azaldutako menarkia eta menopausiaren batz besteko adinak kontuan hartuz), lau kopa, gehienez, erostearekin nahikoa izango luke. Hortaz, ondorengo paragrafoan, produktu honen prezioak aipatzen ditugunean, urte batean zein 39 urte horietan zehar, konpresa zein tanpoietan eta kopa menstrualean zenbat gastatzen den alderaketa bat egingo du (ikus taulak 24, 25, 26) non argi ikusten, askoz ere ekonomikoagoa dela.

Abantailekin amaitzeko, ingurumenarentzat suposatuko duen aldaketa nabarmena aipatu beharko genuke. Aurreko atal osoan zehar, ohiko higiene produktu nagusiek sortzen duten ingurumen inpaktuez luzez hitz egin dugu eta kalte dezente suposatzen dutela ikusi dugu. Produktu honekin, ordea; alde batetik, ez dira hondakinak sortzen odoltze bakoitzen ostean, erabiltzaileek botatzen duten gauza bakarria odola izango

⁷ Jarraian aipatuko diren abantaila guztiak, azpimarratuta daudenak; Pilar Ruizek, Intimina enpresako marketing & communications manager-ek plazaratu dizkidan datuetatik atera dira. (2019/07/17an argiratu ziren, 3.300 emakumeei egindako galdetegiaren ostean). Eranskinetan atxikituta dago dokumentua.

delako. Bestetik, material oso iraunkorrekin egina egoteaz gain, silikonak dituen propietateak direla-eta, ingurumean ez dira partikula toxikoak isuriko non aukera jasangarri eta ekologikoa bat izango da (*Women's Environmental Network eta Ecoembres* 2019).

Esandako abantaila guztiak datuekin justifikatzeko, neronek egindako inkestaren emaitzak aztertu ostean, esan nezake %70 batek, kopa menstrualaren erabilpena egitearen arrazoiak; ekonomikoago, erosoagoa eta duten ingurumen kontzientzia direla. Gainera beste zenbaitek, aukera jasangarri honen erabilpenaren hasiera, produktu kimikoak edota tanpoi eta konpresen erabilpena dela-eta, izan dituzten osasun arazoak ekiditearren izan dela adierazi dute. Bestalde, gomendatu egin dietelako, odol-jario asko dutelako edo emakumezkoen higiene produktuei aplikazen zaien gehiegizko "tasa-arrosari" boikota egitea ere arrazoiak izan dira kopa menstrualaren hasieraren zergatia adierazten dutenak.

Laburbilduz, produktuak, gaur egungo ezaugarri zein materialez osatuta egotera iritsi den arte, historian zehar jasan izan duen eboluzioa aipatu denez eta honek dituen abantail nagusiei buruz ere luze hitz egin denez, orain, prezioari buruz hitz egitea izango da hurrengo urratsa.

Espanian, produktua, sarrera fasean zegoenean, merkatuan sartu berri, marken webgunetan, Interneten alegia, eta kasu batzuetan, belar-dendetan, soilik, eskuratu zitekeen. Azken hamarkadetan, salmentetan zein ospean gorakada bat eman denez, komertzio elektronikoa, farmazia zein supermerkatu bezalako kanal batzuetara iritsi da.

Beraz, banaketa-kanal desberdinetan topa ditzazkegun prezio ezberdinen alderaketa egiteko, beste bi produktuen antzera, kopa menstrual aurkitu dezakegun toki nagusiak, batik bat, Interneten, supermerkatu eta farmaziak hartuko ditugu kontuan. Aurreko produktuekin ez bezala, ohartuko gara, artikulua ezin dela edozein supermerkatuetan aurkitu eta topatuz gero, Intimina marka edota pare bat marka txuri besterik ez erosteko aukera dagoela, egun, dagoen eskaria nahiko urria da alegia (ikus 24 taula). Farmazien kasuan ere, 27 taula, ikus dezakegu, Intimina dela gehien eskaintzen den marka.

Merkataritza elektronikoa bidezko salmenta gauzatzen duten marketan, aldiz, guztiz kontrakoa gertatzen da. Produktuak jasaten ari den eboluzio soziala dela-eta, kanal honetan, eskaria, handia da oso: 25 eta 26 tauletan, kopa menstrual bakar baten prezioa txertatu da, irakurleak erosteko nahia izanez gero, prezio konparaketa egiteko aukera izan dezan, nahiz eta gogoratu behar den, merkeena edo garestiena izateak ezer gutxi esaten duela, bata edo bestea aukeratzea, pertsona bakoitzaren behar zein esperientziaren baitan baitago.

Hau esan ondoren, eta munduko populazioaren erdia emakumezkoa dela kontsideratuz, kopa menstrual, bere horretan, eskaintzearekin ez da nahikoa, erosteko pizgarriak eta balio erantsiek egiten baitute marka bat edo bestea aukeratzea. Hortaz, denda fisikoetara oraindik iritsi ez diren arren, online; kolore, material, tamainia eta diseinu desberdinez osatuta dauden kopak eskuratu daitezke non aplikagailuak, kopa gordetzeko poltsatsoak eta esterilizatzaileak topa daitezke eskaintzetan. Hala ere, guk egindako tauletan ezarri diren zenbatekoak, soilik, koparenak izango dira, hau da, pizgarririk gabe.

Bestalde, Interneteko salneurriak aztertzeke, 25 taulan, tanpoi eta konpresen prezioaren ikerketa egiteko erabili ditugun izen berak, Amazon eta Ulabox, barneratu ditugu, erosketa toki bera oinarritzat hartuz, higiene produktu desberdinetan eman daitekeen alde ekonomikoa, argi ikusteko. Gainera, 26 taula, osagarri bezala txertatu da, Internet bidez zer-nolako barietatea dagoen ikusteko; garastienetik merkeenera, "*Top 10 salmentak*" zerrendatuta daude.

Taula 24: Kopa menstrualaren prezioa, supermerkatuetan

<u>KOPA MENSTRUALA: SUPERMERCATUAN</u>	INTIMINA⁸	MARKA TXURIA
EROSKI	29,95€	14,94€ (Silvercare)
DIA	29,95€	-
MERCADONA	29,95€	9€ (Delipus)
BM	-	-
SUPER AMARA	-	-
CARREFOUR		
AL CAMPO	30,94€	10,95€ (Silvercare)

Iturria: Norberak egina, supermerkatuetako prezioak oinarritzat hartuz

Taula 25: Kopa menstrualaren prezioa, salmenta elektronikoa eskaintzen duten plataformetan

<u>KOPA MENSTRUALA: INTERNET</u>	INTIMINA
AMAZON	26,90€+3,80€(gastuak)=30,70€
ULABOX	-
EBAY	23,97€+3,49€(gastuak)=27,40€

Iturria: Norberak egina, webguneetako prezioetaz baliatuz

Taula 26: Kopa menstrualaren prezioa, Interneteko beste web guneetan

<i>Enna: 26,72€</i>	<i>MimaCup: 21,99€</i>
<i>Ladycup: 24,99€</i>	<i>Iris cup: 17,09€</i>
<i>Eureka!cup: 23,99€</i>	<i>MeLuna: 15,99€</i>
<i>Naturcup: 22,95€</i>	<i>Fleur cup: 13,99€</i>
<i>Mooncup: 22,90€</i>	<i>Femicup: 10,83€</i>

Iturria: Norberak egina, webguneetako prezioak erreferentziatuz hartuz

Taula 27: Kopa menstrualaren prezioa, farmazietan

<u>KOPA MENSTRUALA: FARMAZIAN</u>	INTIMINA
<i>Jorge Miguel Echeveste Elosegui</i>	29.90€
<i>Castilla-Larburu</i>	24.95€
<i>Karmele Aizpuru</i>	29.50€

Iturria: Norberak egina, farmazia desberdinetan galdetu ostean

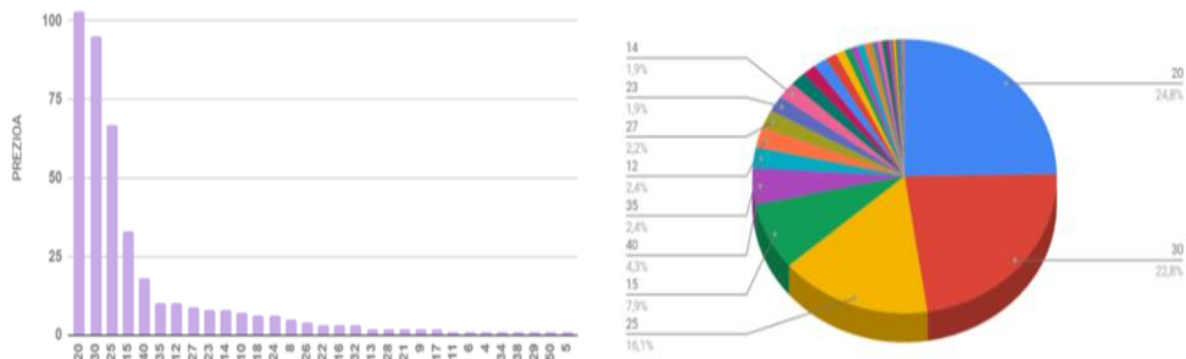
Hiru banaketa-kanal hauetan topa ditzazkegun prezioekin, ondorio nagusi batzuk atera ditzazkegu, beti-ere, alde ekonomikotik erreparatuz gero. Alde batetik, denda fisikoei dagokienez, Mercadona, kopa menstrual merkeena eskuratzeko aukera ematen duen enpresa dela. Gainera, supermerkatuetan, marka txuria ez badago, lehen

⁸ Intimina marka aukeratu da, Espainia mailan, gehien saltzen den marka delako.

marka bakar bat, Intimina topa daiteke, farmazietan egoera bera gertatuz, non bi banaketa-kanal hauetan topa daitezkeen prezioetan ia alderik ez dagoen.

Bestalde, egindako inkestaren ondorioz, Internet bidez erosi duten emakumeek ordaindu duten prezioaren berri izan dugunez, zerrenda amaigabe bat sortzeko aukera dugu, non markaren arabera, kopa, 10-30 euro bitartean eskuratu dutela adierazten duen.

Grafikoa 6 eta 7: Galdetegiko emakumeek, kopa menstrualak Internet bidez eskuratu dutenean, ordaindu duten zenbatekoak



Iturria: Norberak egina

Hori dela-eta, prezioari dagokionez, Internet izango litzateke banaketa kanalik proposena, bertan, salneurri egokienak aurkitzeaz gaian; kolore, tamainia eta diseinu desberdinentzako gehiagarriak erosi daitezkeelako. Aldiz, egindako inkestaren emaitzak oinarritzat hartuz, %19ak besterik ez du bertatik erosi. Farmaziak, ordea, %60 bateko erantzunekin, kopa menstrualaren erosketa burutzeko lehen banaketa-kanala bihurtuko lirateke; oraindik, produktuak sortzen duen berritasuna dela-eta, emakume askori, espezialisten eskutik erosteak segurtasuna ematen dielako. Ekintza hori justifikatzen duen beste datu bat, inkesta erantzun duten emakumeen beste %11 batek, belar edo produktu ekologikoak saltzen dituzten dendetan eskuratu duela izango litzateke.

Esandakoak esan ondoren, lehen aukera jasangarri bezala kontsideratzen den kopa menstrualaren inguruan informazio anitz plazaratu dugunez; hots historia laburra, dituen osasun eta ingurumen abantailak eta banaketa-kanal desberdinetan topa daitezkeen prezioen alderaketa, beste hautabide “moderno” batzuei egingo zaie aipamena, hilekorako kulero eta ohialezko konpreseei alegia.

b) Beste aukera batzuk

Emakumezko higiene produktuen sektorean iraultza bat sortzen ari den produktuaz luzez hitz egin dugu, izan ere, egun, hilekoari aurre egiteko ezagutzen den aukera jasangarri bakarra bezala kontsideratzen baita. Aldiz, gaiari buruz, irakurtzen eta informatzen ibili eta gero, beste pare bat aukera ere egon badaudela ikusi da: hots, hileroko kulero eta oihalezko konpresak. Hori dela-eta, lan honetan aipatzea, beharrezkoa ikusi da; jendeak ezagutu ditzan eta zergatik ez, erabiltzen hasteko aukera bat izan dadin. Izan ere, adin desberdineko emakumei egin zaien inkestan, ea emakumezkoen higiene produktu bezala kontsideratzen diren tanpoi, konpresa eta kopa menstrualaz aparte beste produkturen baten berri dutenaren galdera egiterakoan, ezekoa erantzun du %61 batek.

Lehenik, **hilekorako kuleroen** aipamenarekin hasiko gara. Hiru ehun motaren konbinazioari esker, hilekoak isurtzen duen odol jariora xurgatzeko gaitasuna duten kuleroak dira; tanpoi, konpresa edota kopa menstrualak alde batera utziz. Askok,

ekintza hau, ezinezkotzat hartu dezakezue, baina produktu hauetan espezialistak diren enpresa nagusien hitzetan honelako baieztapenak egin dira; “*inolako arazorik gabe eta istripurik gabe eramateko adina xurgatze-gaitasuna dute*” (Cocoro, 2019) eta “*15 eta 20 ml xurgatzeko gaitasuna dute, hau da, emakume batek batez beste aldi osoan galtzen duena*” (Etam, 2019).

Hasiera batean, egun edo gau osoan erabil daitezke, aldatzen ibili beharrik gabe, baina fluxu-kantitatearen eta zikloaren egunaren arabera, baliteke, egun berean pare bat erabili beharra. Hortaz, adituek gomendatzen dute, gutxienez bi edo hiru kulero edukitzea menstruazioaren odoltzeari aurre egiteko.

Erabili ostean, beste edozein arropa bezala garbitzeko aukera ematen dute; eskuz edo garbigailuaren laguntzaz, beraz, berrerabilgarri eta ekologikoak dira, erabilera bakarreko produktuekin amaitzen baitute (Gándara, 2019).

Bere bizitza erabilgarriaz hitz egiterakoan, aipatu beharra dago, erabilerarekin eta garbiketarekin, pixkanaka, hondatzen joango direla, baina, egia esan, hori kontuan hartuta ere, nahiko luzea da bizialdia. Zaintza egokia emanez, gutxi gorabehera bi urte irauten dute, eta 60 aldiz garbitu daitezke ehun tekniko bere propietateak galtzen hasi baino lehen. Ondoren, xurgatzeko gaitasuna galtzen dutenean, barruko arropa arrunt gisa erabiltzen jarraitu daitezke (Ikus “Cocoro” web orria).

Behin, kulero hauek zer diren jakinda, produktu honekin amaitzeko, Espainian eros daitezkeen markak zein diren aipatuko ditugu, aduanen garraio edo bidalketa-gastu handiak ordaindu behar ez direlako: Cocoro, Saforelle, Intimate Portal (Ikus “*Bragasmenstruales*” web orria). Bestalde, artikulu oro bezala, Interneten denetarik dagoenez, kulero hauek ere eskuratu daitezke non produktu honen eskaintzan urria ez den; hala ere, ez gara hortan sartuko, estatu mailako enpresen aipamena besterik ez baitugu egingo, informazio gisa.

Taula 28: Hilekoarentzako kuleroen prezioa, marka espainiarretan

Cocoro: 24,90€
Saforelle: 25,70€
Intimate Portal: 24,99€

Iturria: Norberak egina

Jada, aurrekoaren inguruan eman beharreko argibideak eman direnez, bigarrenik, **oihalezko konpresak** gogora ekarriko ditugu; ehun natural organikoz, azalarekin inongo kontaturik eta odola ez igarotzeko geruza iragazgaitza batez osatuta daudenak. Horrek, ukimen leun, eta atsegina izateaz gain, usainaren murrizketa eragiten du; behar bezala eginda egonez gero, arropa zein gorpurtzera ondo egokitzen dira. Gainera, ez dute inongo gehigarrik; ez lurrinik ez sinstesi-osagairik eta erabilpena erraza da oso; oihalezko konpresek "hegoak" eta klipak dituzte, barruko arropari eusteko eta haien lekuan mantentzeko. Beraz, ohiko konpresaren erabilera oso antzekoa dute.

Materialei dagokienez, egun, merkatuan daudenak, petroliotik eratorritako substanziaz alde batera uztea lortu duten arren, ohiko konpresak baino pixkat lodiagoak dira, ez baitira xurgatze-ahalmen handiko substantzia sintetikoak aurkitu oraindik. Hala ere, pertsonaren arabera, beti ere, 6-8 orduz iraun dezakete inongo arazorik gabe baina, normalean, emakumezkoak, 4 orduetik behin aldatzen dira, erosoago eta seguruago sentitzeko.

Hortaz, gomendatzen da, gutxienez, armairuan zortzi bat konpresa edukitzea, egunean lau erabiliko ditugulako. Kulero menstrualekin bezala, garbiketa, garbigailuan edo eskuz egin daiteke, ur hotz eta xaboi neutro bat erabiliz, denbora asko garbitu

edota uretan utzi gabe uztea ekidin behar delarik, sortu daitezkeen bakteriekin amaitzeko. Behin erabilia, berriro ere gorde aurretik, garrantzitsua da, ondo lehortzen uztea. Prozesu hori askotan errepetitu daiteke, izan ere, *Pad for Pads* konpresen fabrikatzaileak, produktu honen bizitza erabilgarria, 5 urtetan ezarri du, ondo zainduz gero, 10 izatera heldu daitezke larrik.

Oihalezko konpresak garestiak direla pentsa dezakegun arren, ohartu behar gara, eskuz eginda egoteaz gain, osatuta dauden lehengaiak ekoizteak kostu handiago dutela petroliotik eratorritako material sintetikoak baino. Interneten, prezio anitz topa ditzazkegu; 9.90-15€ bitartean, baino gure helburu nagusia, produktua, irakurleen artean, ezagutaraztea besterik ez denez, ez dugu gehiago sakonduko.

Arestian esandakoarekin, aukera tradizionalak ordezkatzearren sortu diren hautabide jasangarrien erreferentziarekin amaituko genuke. Hori dela-eta, azpialat honetan, kopa menstrualaren denaren inguruan sakonki jarduteaz gain, hain ezagunak ez ziren beste bi aukeren aurkezpena egin da, ingurumen-inpaktua murriztu nahian eratu direnak.

Bestalde, jakin badakigu, konpareteko asko lagundu ohi izaten dutela, bi aldagairen arteko aukeraketa egin behar denean, izan ere, bat baztertzearren ekintza errazten dute. Horregatik, ondorengo sailean, aipatu diren hiru aukera jasangarriak, aukera tradizionalarekin, ikuspuntu ekologiko eta ekonomikotik konparatuko ditugu ondorioak ateratzeko.

6.4 Aukera jasangarri eta tradizionalen alderaketa ekonomiko eta ekologikoa

Esan bezala, hiru produktuen arteko konparaketa egingo da; bai ekologikoki bai ekonomikoki. Horretarako, eta irakurketa errazagoa egitearren, 6.3 atalean jarraitu den orden berdinean buruko da; lehenik kopa menstrualaren, bigarrenik hilekorako kulerokoak eta azkenik oihalezko kulerokoak.

❖ Kopa menstrualaren:

➤ Ikuspuntu ekonomikoa

Taula 29: Tanpoi, konpresa eta kopa menstrualaren arteko alderaketa

MARKA*	URTEAK	KOPA MENSTRUALA	TANPOIA	KOSTU ALDEA KOPAREKI KO***	KONPRESA	KOSTU ALDEA KOPAREKI KO
INTIMINA/ EVAX	1**	29,95€	51€	-%41	42€	-%28.7
INTIMINA/ EVAX	39	119,8€	1.989€	-%94	1.638€	-%92.7
DELIPLUS / TXURIA	1*	9€	27€	-%66.67	24€	-%62.5
DELIPLUS / TXURIA	39	36€	1.053€	-%96.6	936€	-%96.15

Iturria: Norberak egina

Oharrak:

*Badakigu, hemen jarri diren enpresen izenak ez direla merkatuan aurki ditzazkegun bakarrik, baino konparaketa bat egiteko, lehen markari dagokionez, higijene produktuen sektorean arrakasta gehien dutenak aukeratu dira. Marka txurian, aldiz, merkeenak hautatu dira.

**1 urte = emakumeak lehen hilekoa pairatzen duen urtea, non kopa menstrualaren, lehen aldiz, erosi behar duen.

Izan ere, bigarren urtean, jadanik produktua etxean duenez, ez du inongo inbertsiorik egin beharko. Hortaz, eta artikuluari estimatzen zaion bizitza erabilgarri tartearen iraupen txikiena, 10 urte alegia, eta amortizazio linealaren kontzeptua kontuan izanik, urte bakoitzari dagokion gastua:

1. Intimina (marka): 29,95€/10 urte= 3€/urteko
2. Delipus (marka txuria): 9€/10 urte=1€/urteko

***Tanpoi zein konpresen zutabeetan ateratako zenbatekoak, kopa menstrualarenarekin alderatu dira. Hortaz, aukera jasangarria zenbat merkeago ateratzen den estimatu da, portzentajeetan.

Konparaketa hau egin ahal izateko, alde batetik, taula 1 eta taula 4ean, beste kolore batez adierazita dauden datuak kontuan hartu dira. Horiek, emakume batek urte baten edota hilekoa pairatzen duen urte guztien zehar erabiliko dituen tanpoi zein konpresa kopuruekin biderkatu da (ikus 29 taula).

Bestetik, aukera jasangarriarekin, gauza bera egingo da, kontuan izanik, emakume batek, bizitza osoan zehar lau kopa erostearekin nahikoa izango duela, produktuaren bitza erabilgarriaren iraupena 10 -15 urtekoa eta emakumeen odoltze urteak, bataz beste, 39 baitira.

Datuak erabiliz, urte bateko tartean, emakume bakar batek zenbateko aurrezkia lortuko lukeen kalkulatzeari ekingo diogu:

Lehen marka aukeratuz gero:

Taula 30: Higiene produktu intimoetarako, lehen markak erabiliz gero; kopa mestruala erabiltzearen aurrezkia, tanpoi eta konpresarekiko

KOPA MENSTRUALA	TANPOIA	AURREZ-KIA KOPARE-KIKO	KOSTU ALDEA KOPAREKIKO	KONPRESA	AURREZ-KIA KOPARE-KIKO	KOSTU ALDEA KOPAREKIKO
3€	51€	48€	-%94.11	42€	39€	-%92.85

Iturria: Norberak egina

Marka txuria aukeratuz gero:

Taula 31: Higiene produktu intimoetarako marka txuria erabiliz gero; kopa menstrualaren aurrezkia, tanpoi eta konpresarekiko

KOPA MENSTRUALA	TANPOIA	AURREZ-KIA KOPARE-KIKO	KOSTU ALDEA KOPAREKIKO	KONPRESA	AURREZ-KIA KOPARE-KIKO	KOSTU ALDEA KOPAREKIKO
1€	27€	26€	%96.29	24€	23€	%95.83

Iturria: Norberak egina

Ondorioz, marka txuriaren kasuan merkatuan topa dezakegun prezio merkeena hartu dela azpimarratuz, kopa menstrualaren erabiliz gero, aurrezten den kopurua esanguratsua da oso. Nire uste apalean, horrelako produktuak dohakoak izan behar direla eta gobernuak beste metodo batzuk bilatu behar dutuela jakinik (ondorioen atalean jorratuko dugu lasaiago), alderaketa hau egin ondoren, aukera jasangarriaren apustu egitea gomendatuko nuke; gure tradizio eta ohiturei aurre eginez, izan ere, ekonomikoki, alde dezente dago aukera bat eta bestearen artean.

➤ Ikuspuntu ekologikoa

Oraitxe ezagutu berri dugu emakumeen poltsikoak zein ondorio jasango duen kopa menstrualaren erabiltzean, baino ez da hori bakarrik, ingurumenak ere asko eskertuko du. Produktu hau, silikonaz osatuta dagoenez, ez ditu naturan toxikorik askatzen eta hortaz, plastikoaren alternatibarik onena da. Gainera, behin bizitza erabilgarria amaitu

ondoren, berrerabil ezin denez, edukiontzi grisera bota behar da; honek, naturan amaituko balu, zabortegietan alegia, nahiz eta hamarkadak pasa beharko liratekeen deskonposatzeko, partikula ez toxiko txiki-txikitan desegingo litzateke. Errausten bukatuko balu, berriz, material natural eta plastiko gabea denez, ez du gas toxikorik igorriko (Ikus *¿Cómo reciclar mis productos menstruales?* web orria).

Gainera, hortaz gain, eratzten den errefusa kantitatea erabat murrizten da. 32.taulan, urte batean, emakume batek erabiltzen dituen higiene produktu eta hauek duten pisuaren zenbatekoaren arteko biderketa simple bat egin da, guztira sortzen den zabor kantitatearen zenbatekoa, gramotan, ezagutzeko.

Taula 32: Produktu "tradizional" eta "modernoek" sortzen duten zabor kantitatearen alderaketa

URTEAK	HIGIENE PRODUKTU KOPURUA (Tanpoi/Konpresa)	ZABORRA GUZTIRA	HIGIENE PRODUKTU KOPURUA (Kopa menstrual)	ZABORRA GUZTIRA
1*	300	1500g	1	8g
39	11.700	58.500g	4	32g

Iturria: Norberak egina

Oharrak:

* 29.taulan bezala. Hortaz, urte batean sortzen den zaborra:

$$8g/10 \text{ urte} = \mathbf{0,8g}$$

** Etxeko baskulan pisatutakoan:

- Tanpoi/Konpresa baten pisua(g): 5g
- Kopa menstrual baten pisua(g) : 8g

Hortaz, begi bistakoa da, gramo kopuruen aldea izugarria dela. Gainera, zenbateko horiek, Gipuzkoako edo haratako joateko, estatu mailan, hilekoa edukitzearen adinean dauden emakumeekin biderkatuz gero, errefusa kilogramako asko ekiditea lortuko litzateke. Gure lurralde historikoan, 168.086 emakume izango liratekenez, INE datuen arabera, denek lehenengo aldiz kopa menstrual erosten dutela suposatuz, bestela kalkuluak asko konplikatu lirateke, aldea izugarria da, gutxi gora behera, 250.000 kg-takoa.

Taula 33: Gipuzkoan hilekoa pairatu dezaketen emakume guztiek kopa menstrualarekin edo tanpoi zein konpresen erabilpenarekin sortzen duten zabor kantitatea

TANPOI/KONPRESA	KOPA MENSTRUALA	ALDERAKETA (%tan)
252.129kg	1.344,688kg	%99.46

Iturria: Norberak egina

Datuak ezagutu ostean, kopa menstrualaren alde egiteko geroz eta arrazoi gehiago topatzen ari gara, izan ere, produktuak, emakumeari ematen dizkion abantaila fisiko (erosotasuna, higiene...) eta ekonomikoki sortzen duen aurrezki nabaria izateaz gain, gaur egun, dauden ingurumen arazoak ez ditu alde batera uzten eta hauei aurre egiteko onura zenbait eskaintzen ditu.

❖ Hilekorako kuleroak

➤ Ikuspuntu ekonomikoa

Alderaketa hau egin ahal izateko, 28.taula erabiltzeaz gain, non kulero hauen prezioa zein den azaltzen den, produktu honek duen bizitza erabilgarriaren datua haintzat hartu behar da: 2 urte dena. Hori jakin ostean, lehenik, 34 taula eratu da, beharrezko informazio guztia biltzeko.

Taula 34: Hilekorako kuleroak erabiltzeak, sortzen duen gastua (2 urtez)

Bizitza erabilgarria: 2 urte
Hilekoa irauten duen bitartean eduki behar diren kulero kopurua: 3
Guztira: 3 kulerox24.90€= 74.70€

Iturria: Norberak egina

Ondoren, aukera jasangarri hau, tradizionalekin alderatu ahal izateko, emakume batek, bi urteren buruan, 600 tanpoi eta konpresa erabiliko dituela kalkulatu behar izan da. Hortaz:

-Evax marka aukeratuz gero: $600 \times 0,17^9 \text{€}/\text{unit} = 102\text{€}$ -ko gastua egin beharko litzateke non aldea, kopa menstrualarekin geratzen ez den bezala, hain esanguratsua ez den arren, aukera "tradizionalak" garestiago izaten jarraituko luke, 27€ inguru.

- Marka txuria erabiltzen baldin bada: $600 \times 0,09 \text{€}/\text{unit} = 54\text{€}$ -ko gastua izango litzateke. Hortaz, kulero menstrualen aukera, bi urteren baitan, 20€ garestiago ateratzen da, marka txuriko tanpoiekin alderatuz.

Alderaketa hau, ekonomikoki besterik ez da egin, baina tanpoien erabilpenaren ondorioz ingurumenean sortzen den inpaktua zein den berriz ere irakurtzen badugu, agian, aukera jasangarri honen alde egiteko prest egongo ginateke, nahiz eta marka txuriko tanpoiak erabiltzen baditugu, 20€ko diferentzia negatiboa izango genukeen bi urtetik behin. Beraz, emakume orok, ondorengo gogoeta egin beharko luke:

Ingurumenaren inpaktua murrizten laguntzen duen produktu ekologiko batengatik gehiago ordainduko al zenuke? Edo horrek "galera" ekonomikoa suposatzen dizula pentsatzen duzu?

Ondorioz, hilekoarentzako kuleroa, aukera jasangarria dela pentsa dezakete askok baino ikuspuntu desberdinetik begiratzuz gero, irtenbide garestia izan daitekeelaren hausnarketa ere egin dezaketeenez, beste hautapen baten aipamena egingo da: *oihalezko konpresa ekologikoak*.

❖ Oihalezko konpresak

➤ Ikuspuntu ekonomikoa

Taula 35: Oihalezko konpresen eta tanpoien arteko konparaketa ekonomikoa 5 urtetan

URTEAK	OIHALEZKO KONPRESA	TANPOIA
5*	100€**	255€/135€***

Iturria: Norberak egina

Oharrak:

*Suposatuz, oihalezko konpresak, 5 urteto bizitza erabilgarria dutela.

**Interneten 9.90-15€ bitarteko prezioak topa ditzazkegu: modelo, kolore eta tamainiaren arabera. Bataz bestekoa hartuz: $12,50 \rightarrow 12,50 \times 8 = 100\text{€}$

*** Urte baten 300 tanpoi erabiltzen dira; 5 urtetan = 1.500:

-Evax marka aukeratuz gero: $1500 \times 0,17 \text{€}/\text{unit} = 255\text{€}$

- Marka txuria erabiltzen baldin bada $1.500 \times 0,09 \text{€}/\text{unit} = 135\text{€}$

⁹ Higiene produktuen tratamendu fiskalaren atalean, tanpoi eta konpresetan gastatzen den diru kantitatearen datuak ateratzeko erabiliri diren prezioak.

35. taulan egin diren eragiketa sinple batzuei esker, ondoriozta dezakegu, oihalezko konpresak, metodo tradizionala (marka zein marka txurizkoa erabiltzen bada ere) baino merkeagoak direla. Ikuspuntu ekonomikotik, balio gutxiagoko aukera izan daitezkeela ikusteaz gain, ekologikoki ere, sortzen den zabor kantitatean ere, diferentzia nabarmen bat dagoela sumatzeko, ez dira kalkuluak egin behar.

7. EZTABAIDA

Asko dira ikerketa honetan zehar hitz egin ditugun gaiak eta asko dira elkarrekin ikasi ditugun kontzeptu berriak ere. Lanaren azken atal honetan, nahiz eta irakurtzen joan garen heinean, gai honekiko, hilekoarekiko eta ematen zaion tratamendu sozial eta ekonomiko eta ekologikoarekiko, nire iritzia zein den nahiko argi utzi dudan arren, atera ditudan gogoetekin, eztabida bat irekitzea gustatuko litzaidake, neronek egindako galdetegian lortu ditudan emaitzetean oinarrituz.

Lehenik eta behin, gogorarazi nahiko nuke, hilekoa, hilabetero emakumezkook pairatzen dugun zerbait izan arren, gizartearen parte ere badela, eta ondorioz, funtzio biologiko baten ezagutza bezala tratatu beharko genukeela; *“la menstruación no es una cuestión femenina, sino humana”* (Dahlqvist, 2019).

Milaka urtetan zehar, prozesu biologiko hau, egon den desinformazioaren fruitu, lotsa globala sorarazten duen gaia izan da gizartearentzako. Eduki erlijioso, ekonomiko, politiko, sozial eta kulturalarengatik, ustez, moralki onartezina den zerbait debekatzeko dagoen joera dela-eta, hileko hitza esatea eta batez ere, besteek hilekoarekin zaudela jakitea, lurraldeen arteko mugak gainditu dituen tabua izan da.

Testuinguru antropologikoan irakurri dugunarekin, ohartu beharko ginatke, emakumeak historian zehar ahalegin handiak egin behar izan dituela hilekoak suposatzen duen odoltzeari aurre egiteko, zeuden baliabideak urriak baitzen oso, baina batez ere, besterengandik izkutatzeke. Zorionez, egia argitara ateratzeko eta desmitifikatzeko ahaleginak egin dituzten pertsonen esfortzua dela-eta, egun, hilekoa tabu bihurtzen jarraitzen duten sinesmen zaharrak alde batera utziz, gauzak dezente aldatu dira: bai emakumeak gizartean duen paperaren bai gizartearen pentsamenduaren aldaketaren ondorioz: Arpan Yagnikek (2015) esaten duen bezala, hilekoa aitzaki gisa erabili izan da emakumeei eskubide sozial eta ekonomikoak ukatzeko.

Denborak aurrera egin duen ahala, iraultza feminista ugariren emaitza gisa, eskubide anitz irabazi ditugu emakumeok, baina oraindik asko daukagu egiteke, asko daukagu itxuraldatzeke. Hilekoarekiko dagoen pertzeptzioaren eraldaketa izango litzateke oraindik aldatu beharreko gaietako bat, urteetan barrena eman den diskurtso historiko eta sozial negatiboekin hautsiz (Lewis, 2015). Beraz, jakinik, oraindik, gaiari buruz hitz egiterakoan beldur zein lots sentazioak sortzen direla, gauzak aldatzeko intentzioarekin, errealitatearekiko dudan iritzia azaldu ostean, nire proposamena zein den azaltzeari hasiera emango diot, dudan informazio eta ezagutzan oinarrituz.

Hilekoa izatea benekotasun deseroso bat izaten jarraitzen duela, errealitate bat da, jendearen nazka-aurpegiak, hitza entzuten dutean eta zer esanik ez, ikusten dutenean, begiz sumatu besterik ez dira egin behar. Horregatik, ezinbestekoa ikusten det, txikitatik, mutil zein nesketan, hileko-hezkuntza bat (*“educación menstrual”* deiturikoa) gauzatzea; *hilekoa, hilabetearen behin odoltzea eta konpresa zein tanpoi bat jartzea baino gehiago baita* (Silva, 2017). Horregatik, beharrezkoa da hilekoaren zikloa ezagutzea eta une bakoitzean, emakumezkoaren gopurtzean, zer gertatzen ari den jakitea.

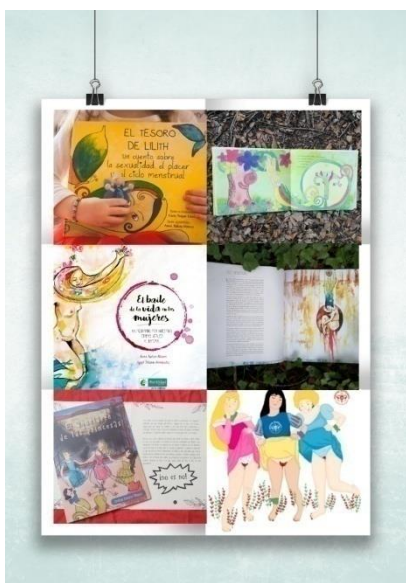
Niri, pertsonalki, prozesu natural baten inguruan isilik egon beharraren ideiak gogaitu egiten nau, izan ere, *hilerodoltzen dut gizartea posible izan* dadin (Kaur, 2016). Hortaz, gaia haurtzarotik; etxean, kalean eta eskoletan, naturaltasunez tratatua izan behar delakoan nago: *“la educación es la base de nuestra revolución”* (Tornó, 2017).

Esandakoak esanda, hezkuntzan egingo nuke nik lehen aldaketa, heziketa bi adin tartetean nagusietan banatuz.; 0-12 eta 12-51. Egun, menarkia iristen denean, haurrak lehen hezkuntzako azken kurtsoan daudenan (LH6), hasten dira hilekoa zer den,

zergatik sortzen den eta honen aurrean zer baliabide dauden ezagutzen, nire iritziz, beranduegi.

Adin horretara iritsi aurretik, 0 eta 12 urte bitartean, umeari modu sinple eta didaktiko batean, liburuetaz baliatuz (ikus 5 argazkia), gaiari buruz hitz egiten lagunduko dutenak, pixkanaka oinarritzko ezagutzak barneratzen hasi beharko ginateke; hilekoa gauza normal eta naturaltzat ikusten hasten garelarik. Urte hauek garrantzitsuenak dira, izan ere, haurrek nagusien portaeretan eta pentsamenduetan oinarrituz hezi eta hazten baitira.

Argazkia 5: Liburuak etxeko txikientzat



Iturria: Norberak egina, Anna Silva eta Princesas menstruantes webguneko argazkietaz baliatuz

Behin adin tarte hori gainditzen denean, haurtzarotik nerabezaroaren aldaketa aroan sartzen gara non 12 urteren inguruan, lehen hilekoa pairatzen hasten diren neska gazteak. Une hori iristen denean nozitzen diren ezagutza falta, segurtasun eza, bakardadea, beldur eta lots sentazioak ekiditzea lortuko genuke, hilekoari buruz, txikitatik, hitz egin digutenez, ohiko prozesu bat bezala kontsideratuko genukeelako *“la educación es el arma más poderosa para cambiar el mundo”* (Mandela, 1918-2013).

Bizitzako momentu honetatik aurrera, nire adin tarteen banaketaren bigarren zatian sartuko ginateke, lehen hilekotik menopausia izatera bitarteko denbora, 12-51 urte alegia. Nire iritziz, menstruaioa beste eskubide bat bezala kontsideratua izan beharko litzateke; osasunean, hezkuntzan eta enpleguan duen eraginaren ondorioz. Izan ere, emakume bakoitza duintasunez beteriko hilekoa izatera ziurtazen dion ezagutza eta material guztia izateko eskubidea izan beharko luke.

Hori horrela izan dadin, adin horretarako, liburuetaz aparte, asoziazio, erakunde eta profesionalak antolatzen dituzten hitzaldi eta tailer anitz daude menstruaioaren inguruko aurkikuntzak beste emakume batzuekin partekatzea, elkarri entzutea eta hilekoa bizitzeko beste modu batzuk daudela ezagutzera bultzatzen dutenak, menstruaioaren zikloarekin dagoen harremana hobetzen lagunduz. Bestalde, medikamenduetara jo gabe menstruaioak sortzen dituen minak kudeatzeko modu asko daudela ere ikusarazten dute, hain barneratuta dugun *“hileko mina normala dela”*-ren pentsamendua alde batera utziz.

6. argazkian, aipatutakoaren zenbait adibide txertatu ditut, irakurtzen ari den orok ezagutarazi ditzan, eta behar izan edo jakin-mina izanez gero, hauek irakurri edo hitzaldietara joateko aukera izan dezan; gogora ekarriz, nire ustez, hilekoa dugun

emakume orok egin beharreko gauza izan beharko litzateekela, gure gorputzatzaren eta hilekoaren kudeaketarako mesedegarri baitira. Berriki, ekintza hauek, emakumezkoentzako hain baliagarriak direla esan dudan bezala, gizonezkoak ere mundu honetan murgiltzea, lagungarria izan litzatekeelakoan nago, izan ere, lehen pertsonan, hilekoa, bere osotasunean, ezagutzeko aukera izango lukete.

Argazkia 6: Liburuak, asoziazioak eta erakundeak



Iturria: Norberak egina

Arestian esandakoarekin lotuz, eta hezkuntza arloan zein aldaketa egingo nituzkeen argitaratu ostean, horrela atal horri amaiera emanez, gogora ekarri nahiko nituzke ikerketaren bosgarren eta seigarren atalean, gaur egungo azken hamarkadara arte, merkatuan nagusi izan diren produktuek sortzen duten ingurumenen inpaktu larriarren ondorioz, asmatu diren aukera jasangarriak; hala nola, kopa eta kulero menstrualak eta oihalezko konpresak.

1.900 urtetik aurrera, tanpoia eta konpresa izan dira, gizarteak, modu inplizitu batean, menstruaziorako aukera egokien bezala kontsideratu dituen bi produktuak: batez ere, telebistan zein hezkuntza arloan, ez baita beste aukeren aipamenik egiten, ezarrita dagoen penstamendu politiko-sozial zein interesen fruitu.

Hori garbi ikus daiteke egindako inkestan lortutako emaitzetan, gehiengo batek, aukera tradizioaletara joatzen dutela adierazten baita 36.taulan. Bestalde, eta lortutako emaitzak ondo azteztuz, antzeman daiteke, kopa menstrualak ere erabiltzaile anitz izan ditzakeela, gehiengo batean 35 urtetatik beherakoak direnak. Aldiz, beste aukera jasangarriak diren hilekoarentzako kulero eta oihalezko konpresak ez ditu ia inork erabiltzen, horren arrazoi, dagoen informazioa eta konfidantza eza izan daitezkelarik.

Taula 36: Inkesta erantzun duten emakumeek erabiltzen duten aukera, hilekoarentzako

AUKERA	EMAKUME KOPURUA	PORTZENTAJEA
KONPRESA	580	%35
TANPOIA	664	%40
KOPA MENSTRUALA	406	%34.5
HILEKOARENTZAKO KULEROAK	4	%0.30
OIHALEZKO KONPRESAK	1	%0.10

Iturria: Norberak egina

Hortaz, emakumeek, gaur egun oraindik, ahalik eta modu oharkabenean igarotzen saiatzen dira hilekoaren egunak: odolari aurre egiteko tanpoi edo konpresa erabiliz eta mina izanez gero, medikamenduetara joaz. Prozesu hori, hilabeteen behin egin beharrera ohituta gaudenez, normaltzat hartzen dugu baino Kate Winslet (1975-) esaten duenarekin bat etorri, garrantzitsua ikusten dut normala zer den ikertzea; *“hilekoa duten gorputz guztiak ez dira baitira emakumeak, eta emakume guztiak ez baitute hilekoa”* (Lewis, 2015).

Hori esanez, atal honetan zehar, behin eta berriz, bakoitzaren gorputza ezagutzearen garrantzia zer nolako ardura duen azpimarratzeaz gain, hori sustatzeko egin beharko liratekeen ekintzak ere aipatzen saiatu naiz. Horrekin batera, hileko-aldia hobeto kudeatzearen jakituria lortzeaz aparte, dauden beste aukera jasangarrien ezagutza bultzatuko nuke, emakume askorengan mesede handia eginez, baita ingurumearek ere, non sortzen den inpaktuaren gutxiketa nabarmena pairatuko litzatekeen (interesik ez dagoenez, inorrek ez du kutsaduraren inguruaren aipamenik egiten). Hautabide jasangarri hauengan dagoen informazio faltaren murrizketa, segurtasun eta konfidantza eza eta emakume zenbaitek duten begirunearekiko aurrerapauso erraldoiak egingo lirateke.

Aipatu berri dudanarekin, hasieran hitz egindako hezkuntzan egin beharko liratekeen aldaketaz aparte, hilekoa bizitzeko modu berriak sustatzearen alde nago non emakumeak erabateko eskubidea eman behar zaion, beharrezko informazioa edukiz, bere zikloaren kudeaketa aukeratzeko; egun, existitzen diren aukera guztien berri dutela ziurtatuz, jakinik, emakume bakoitzaren gorputza desberdina dela eta ez dagoela zertan, hilekoari aurre egiteko erakutsi diguten modu tradizionalari jarritu behar.

Orain arte esan dudan guztia, gure esku dauden aldaketak dira, gizarte bezala, nahi izanez gero, aldatu daitezkeenak baina hemen dago gakoa, ez baita erraza hain barneratuta eta zeharkako modu batean irakasten dizkiguten kontzeptu eta ideologi sozialak, egun batetik bestera aldatzea; Nelson Mandelak argi esaten zuen *“una de las cosas más difíciles no es cambiar la sociedad, sino cambiarse a uno mismo”*. Horregatik, uste dut, munduaren antolaketa eta zenbait gaiekiko dagoen tratamendua aldatu nahi badugu, lehenik, guregandik hasi behar dugula.

“cada generación, necesita una nueva revolución”
(Thomas Jefferson)

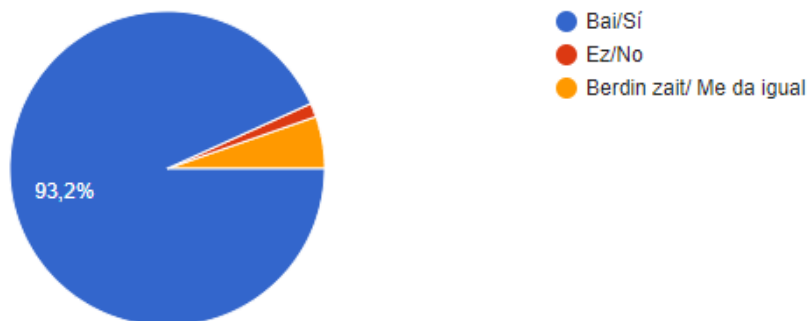
Hori esan ostean, eta eztabaida honi amaiera emanez, batik bat, hilekoak duen tratamendu sozialarekiko, hitzaren tabua eta zikloaren kudeaketaren jarreran egin daitezkeen aldaketak alde batera utziz, hilekoari aurre egiteko erabiltzen diren produktuek duten tratamendu fiskalean, jada ikerketaren laugarren atalean landua dagoena, egin litezkeen plantemandu zeinbait aipatuko ditut.

Egin dudan galdetegiaren emaitzak azteztuz gero, garbi ikus daiteke, gizartean, emakumezkoen higiene produktuei aplikatzen zaien BEZaren informazioaren inguruan gertatzen dena (ikus 8 eta 9 grafikoak). Erantzun duten emakumeen erdiak, %54a zehazki, ezartzen zaien zergaren ehunekoaren jakinaren gainean daude eta gehiegizkoa dela iruditzen zaie. Beste batzuk, aldiz, zenbateko zehatza zein den ez dakiten arren, jakin badakite, entzun dutenarengatik, ehunekoa altua dela oso.

Bestalde badaude emakume batzuk, ez daudela ziur zein den aplikatzen zaien kantitatea, izan ere, gobernuak produktu hauen BEZaren murrizketa burutuko zuela adierazi zuen, baina ikusi dugu, laugarren atalean, oraindik ez dela aplikatzeara heldu. Aitizitik, galdetegia erantzun duten gainontzeko emakumeek, %43ak, ez daki ezta zenbat den ehunekoa; *“que más da, si lo vamos a pagar igual, son necesarias”* (Anonimoa).

Erantzunetan irakurri nuen adierazpen horrek, atentzia deitu ninduen, izan ere, hilabetean behin edota bi hilabetetik behin egiten den gastua denez, emakume asko ez dira ohartzen suposatzen duen gastuaz. Horregatik, 4.2 atalean, emakume batek, urte zein hilekoa pairatzen duen urte guztietan zehar, tanpoi edo konpresetean, gastatzen duen diru kantitatea kalkulatu dago, non ikus daitekeen, eragiketak egiten badira, azken finean, dirutza bat erteten dela. Hori dela-eta, lan honekin, esan bezala, lortu nahi dudana beste helburuetako bat, emakumezko horiek, higijene produktuetan, zenbateko diru kopurua gastatzen duten ohartzea da.

Grafikoa 7: Uste duzu emakumezkoen higijene produktuen prezioetan aldaketa bat eman behar dela?



Iturria: Norberak egindako galdetegitik lortutako informazioa

Grafikoa 8: Jakin badakizu higijene produktuek zenbateko BEZa daukaten?



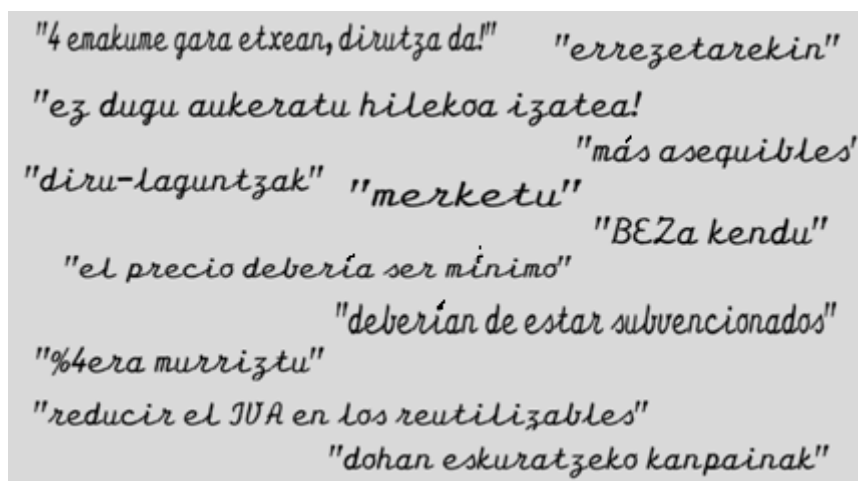
Iturria: Norberak egindako galdetegitik lortutako informazioa

Hortaz, BEZaren inguruko ezagutza zein den ikusita eta galdetegian egin den hurrengo galderaren erantzunak ikusirik, non %93 batekin, emakumezko gehienak, ados dauden higijene produktuek jasaten duten tratamenduarekiko aldaketa bat burutu behar dela, gauza modu desberdin batean egiteko intentzioarekin, aurrerago agertoki desberdinak proposatuko dira. Hain zuzen ere, nire ustez, lehen behar bezala kontsideratuak egon beharko lirarteke, medikamenduak bezala, baino bizi garen gizarte patriarkalaren ondorioz, Espainian oraindik, %10eko BEZa aplikatzen zaie; emakume gehienak zergaren aldaketa beharrezkoa dela uste duten arren.

Bizitzak aurrera egiten duen heinean, gizartearen pentsamenduetan eboluzioa bat ematen den bezala, ezarrita dauden kanonak ere, eraldatzen joaten dira: emakumearekiko egon eta honek izan duen boterearen itxuraldatzea izan da horiteko bat. Hortaz, gero eta gehiago dira haien eskubide eta diskriminazioarengatik, egunero, borrokatzen duten emakumeak eta genetikaren ezaugarrien fruitu, emakume jaiotzearengatik jasaten duten prozesu biologioarentzat, hots, hilekoarentzat, dauden produktuen prezio garestien injustiziaren aldaketa, lau haizetara ohiukatzen dutenak.

7. irudian, inkestako emaitzetan irakurri ditudan erantzunetako batzuk jaso ditut esandako guztia, egitateekin justifikatzeko.

Argazkia 7: Emakume zenbaitek egin dituzten aldarrikapenak



Iturria: Norberak egina, egindako inkestatik informazioa eskuratuz

Begi-bistakoa da, gizartearen erdia behintzat, ez dagoela ados tratamendu fiskal honekin. Baina gobernuak ezer egiten ez duenez ikusirik, luzez informazio anitz irakurtzen jardun ondoren eta lortutako inkestan eskuratutako informazioari esker, (ikus 10 grafikoa), bizpahiru proposamen planteatzari ekingo diot, ikerketari amaiera borobil bat eman nahian, eta etorkizunean, norbaitentzat erabilgarriak izan daitezen:

Grafikoa 9: Higiene produktuen tratamendu fiskalean, emakumeek, egingo litzaketen aldaketak



Iturria: Iturria: Norberak egina, egindako inkestatik informazioa eskuratuz

☐ LEHEN AGERTOKIA: BEZaren murrizketa

Lehenik, nire ustez, lortu daitekeen lehen aldaketa errazena eta azkarrena azalduko dut, izan ere, proposamena mahai gainean dagoen arren, oraindik ez da indarrean jartzea lortu. Planteamendu honetan, egun, emakumezkoen higiene produktuei guztie aplikatzen zaien BEZaren %10a, zerga supermurriztura, %4ra alegia, gutxitzea eskuratzeko da. Izan ere, premia biziko artikuluen barruan sartu beharko lirateke, aukeratu gabe, emakume orok, hilabetero, hilekoa baitaukagu, dugun egoera ekonomiko edo sozila edozein delarik. Hori dela-eta, egokiena, aukera tradizional zein jasangarriengan aplikatzea izango litzatze, kontuan izanik, emakume bakoitzaren ohitura intimoak.

Aldiz, jakin badakigu, menstruazioarentzako metodo tradizionalak, hau da, tanpoia eta konpresa, ordezkatzen dituzten aukera modernoak sortu direla, ingurumen-inpaktu eta gastua gutxitzeko xedearekin. Hortaz, pentsa daiteke, egon badaudela, odoltzeari aurre egiteko behar diren produktuen gastua merketzen duten artikulua eta bide horrez, BEZaren murrizketa beharrezkoa ez delaren hausnarketa egiten dutenak. Hala

ere, aukera jasangarri hauei aplikatzen zaien zerga ere %10ekoa izaten jarraitzen duenez, produktua garestitzen dute.

Gainera, hari horretatik jarraituz, eta ikuspuntu ekologiko batetik, tanpoi eta konpresen BEZaren murrizketa aplikatzen bada, modu batez, haien erabilera sustatzen edo bultzatzen delaren gogoeta egin daiteke. Eta ondorioz, higiene produktu hauen erabilerearen eraginez sortzen den zabor kantitatearen hazkundera ekarri. Beraz, hori ekidin nahian, zerga supermurriztua, aukera jasangarrietan, soilik aplikatzea izango litzateke aproposena; gutxiketa hau, aukera hauek erabiltzeko pizgarri bat izan daitekeelakoan.

Murrizketa, emakumezko higiene produktu guztiei aplikatu beharko litzateke edo, bakarrik, jasangarriak direnei? Agertoki honen eztabaidaren gakoa galdera honen erantzunean egongo litzateke, baino, erantzun zuzenik ez dago.

Nik, argi daukat oso, BEZa, aukera jasangarrietan, %4era jetsi beharko litzatekeela eta modu inplizitu batean, kontsu arduratsua bultzatzen delarik, ingurumen-inpakatuan onurak sortzea. Baino ahotan hartzen dut, emakume bakoitzak, bere menstruazioa bizitzeko modua, askatasun osoz, erabakitzeko aukera izan behar duela eta horregatik, egun, tanpoi eta konpresen erabilpena ohituta dauden emakume asko daudenez, ez litzateke guztiz justoa izango %10a ordainaraztea, sorodidatea adierazi behar baita.

Zergaren inguruan aldaketak egiten lortzen badira ere, esan beharra dago, produktu hauek BEZa izaten jarrituko luketeela, eta hortaz, hauengandik, ordaintzen jarraitu beharko genukeela. Horregatik, Erresuma Batuan, aplikatzen zaien %5 horretatik lortzen den dirua, emakumeei laguntzeko gizarte-proiektuara bideratzen dela jakinik, Euskal Autonomia Erkidegoan, behintzat, gauza bea egin daitekeelakoan nago, gutxienez, ordaintzen duguna zerbitutarako balio izan dezan.

❑ **BIGARREN AGERTOKIA: BEZaren guztizko ezabaketa**

Egin zen BEZaren murrizketaren prosopasamena oraindik gauzatu gabe dagoela ikusirik, nire ustez, orain planteatuko dudana proposamena aurrera eramanez ahal izateko, arestian aipatutako, zergaren gutxiketa, aurreneko urratsa izan beharko zenelakoan nagoenez, momentuz, nahiko zaila ikusten dut Espainia mailan, horrelako planteamendu bat gauzatzeko aukera egotea. Baino ikerketa, batez ere, Gipuzkoara mugatu dugunez, itxaropena dut Eusko Jaurlaritzak, behintzat, neurriak hartzeko ekimena izatea.

2015eko uztailaren 1etik aurrera Kanadan suertatu zen ekintzan oinarrituz, emakumezkoen higiene produktuen zergaren guztizko ezabaketa planteantzen dut: ezinbestoak diren artikulu hauen erosketak, zama ekonomiko handia eragiten baitu. Auxi Bareak, (2016), garbi esaten du: "*Gobernuak ezin du dirua atera zure esku ez dagoen zerbitutik. Diru publikoa biltzen dute honekin, baina emakumeok kontrolatu ezin dugun zerbitu da: guretzat, higiene produktu horiek ogia bezain beharrezkoak dira menstruazioa pairatzen dugunean*".

BEZaren ezabaketa lortzen bada, ez du esan nahi, produktu hauengatik ordaintzen jarraituko ez dugunik (hori hurrengo proposamenerako utziko dugu), emakume zein gizon askok "bidegabe" kontsideratzen dugun plus hori kentzea baizik.

Aldiz, orain arte, egon badaude zailtasun ekonomikoak dituzten pertsonak non hilabete askotan, higiene produktuen erosketari aurre egiteko zailtasunak izateaz gain, haien hilekoarentzako egokiena izan litzatekeen metodoa aukeratu ezin dezaketen. Kasu hauetan, beharrezko dokumentuak aurkeztu eta mediku espezialistatik, ginekologotatik, pasa ostean (bakoitzaren odoltzea aztertu eta emakumeak hilekoarentzako nahi duen metodoa ezagutzuz: tanpoi eta konpresak edo kopa menstruala) errezetarekin, farmaziara joan eta eskuratzeko aukera izan beharko luke, subentzionarioz daudelaren ondorioz.

Kasu honetan ere, aurrekoan bezala, zergaren kentze edo subentzionatuta egotearen hori, aukera guztiengan edo soilik jasangarriengan aplikatzean egongo litzateke. Ikusi da, erabili eta botatzeko produktuen erabilerakin amaitu nahi dela, eta agian, modu hau, hauekin bukatzeko era izan daiteke, tanpoi eta konpresak besteak baino askoz ere gasteriako bihurtuko liratelako, jasangarriagok diren beste produktu batzuei nagusitasuna emanez.

❑ **HIRUGARREN AGERTOKIA: Higiene produktuak, doakoak izatea.**

Orain arte, hezkuntza menstrualak zer den eta horrelako heziketa bat izatearen garrantziaz aritu garenez, unea iritsi da, azken kontzeptu bat barneratzeko: hilekoaren probrezia (*pobreza menstrual* deritzaiona). Menstruazioa paraitzen duten emakumeek, beharrezko osasun-produktuak, hilekoaren higieena, bainugela duinak edota eratzen diren hondakinen kudeaketa aproposa jasan ezinaren fruitu sortu den terminoa da.

Tamalez, mundu mailako ehuneko handi bati gertzen zaio eta asko dira sortzen diren ondorioak: atzeratu egiten dira ikasketak zein haien lanetan, eskolara joan edota laneratu ezin direnez, duten potentziala eta aukerak galtzen dituztelarik. Eta ez hori bakarrik, hileko higieena falta dela-eta, gerru-eta ugaleketa infekzioa anitz nozitzen dituzte.

Ari horretatik jarraituz, egin nahi dudana azken proposamenaren nondik norakoak azaltzeari ekingo diot; 2018ko abuztutik aurrera, Eskoziako Gobernuak aurrera eramaten ari den jardura erreferentziatzen izanik; doako osasun-produktuak eskola, ikastetxe eta unibertsitateetan, ikasle guztientzat eskuragarri egoteaz ziurtatuko duen munduko lehen gobernuaren ekintza alegia, 5.7 milioi euroko inbertsioa suposatzen duenena.

Dagoeneko, ia bi urtez indarrean dagoen lege honek, emakumezkoen higieena produktuak, ikasleen artean, guztiz doakoak izatea lortu du, egon daitezkeen probrezia menstrualak ekidinez. Hala, alde batetik, gazteak eskolan mantentzea, kontzentrazioa hobetzea eta kiroletan parte hartzea sustatzen da, eta bestetik, erabaki deshumanizatzaileak hartzea saihestea gain, non artikulatu oker edo kalitate txarrekoak erabiltzearen idearen amaiera iristen den, produktu higieniko edo seguru bat, behar den denbora baino gehiagoz ez erabiltzea lortu da.

“access to period products is a right, not a privilege”

(Sameera Rahman)

Ekintzaren arrakasta ikusirik, Aileen Campbell, komunitaten idazkariak, doako osasun-produktuak lortu daitezkeen lekuen kopurua handitzeko, 4 milioiko funts berriak eskainiko zirela adierazi zuen 2019ean, jada, hauek eskuragarri topa daitezkeen tokien sarbidea areagotu nahian.

“nadie debería sufrir la indignidad de no tener los medios para satisfacer sus necesidades básicas” (Aileen

Campbell)

Nire uste apalean, egindako hiru proposamentik, azkeneko hau, egokiena delakoan dago, kontuan hartuz, honek duen konplexutasunaz, atzetik industria bat dagoelako. Baina, pentsa ezazu, zure sexua emakumezkoa dela eta 12 eta 51 urte bitarteko adinaren barnean zaudenez, oso litekeena dela, hilean, 3 eta 5 egunen artean odoltzea. Jakin badakizu, zenbateko diru despoltsapena suposatuko duen, urte bateren buruan odoltzeari aurre egiteko produktuen erosketak? Nahiz eta aukera jasangarrioren apustu egin, eta hauen bizitza erabilgarria askoz ere luzeagoa den arren, hasiera batean egin beharreko inbertsioa, kontuan hartzekoa da oso (ikus 29, 34 eta 35 taulak).

Gainera, kalean zaudelarik, odoltzearen kantitate nabariaren ondorioz, produktuaren aldaketa gauzatu behar baduzu, gero eta maiztasun handiagorekin aurkitzen gara komun publikoetarako sarbidearen ordainketarekin, nahiz eta 2010. urteaz geroztik,

saneamendua, giza-eskubide gisa onartuta dagoen arren. Horregatik, bertan, eskuak garbitzeko xaboa eta hauek lehortzeko paperaren erabilpena, guztizko askatasunarekin egin daiteken bezala, uste dut, gutxienez, konpresa edo tanpoiak eskuratzeko aukera egon beharko litzatekeela, ahaztu edo ustekabean odoltzen hasten badira, produktuak komun publikoetan daudela jakitea oso lasaigarria izan daitekeelako.

Laburbilduz, doako produktuak, hileko-pobreziarekin amaitzen laguntzeaz gain, berdintasuna sustatzen dutelaren iritzia daukat, urte askoren buruan, kontrolatu ezin dugun prozesu biologiko baten kostua jasaten ari baigara. Hortaz, orain arte, egi bihurtu daitezkeen hiru proposamenetaz luzez hitz egin dugunez, atalarekin amaitu ahal izateko, nire proposamen propioa planteako dut, konbinazio bat eginez, EAEra mugatua dagoena, emakume bakoitzaren gorputzaren beharrak desberdinak direla eta aukera apropos bakarra egon ez dagoelatik abiatuta:

- ❖ Tanpoi eta konpresei dagokionez, alde batetik, Eusko Jaurlaritzaren aurrekontuetan, artikulua hauen erosketa finantzatzeko bideratuta dagoen zenbateko bat ezarri beharko litzateke. Bestetik, egun, merkatuan nagusi diren bi enpresekin, Evax eta Ausonia, tamaina eta absortzioa maila desberdina duten produktuak eskaintzeko aukera emango dutenak, akordioak egin beharko lirateke. Horrela:
 - Ikasleen artean, produktu hauek (unibertsitate eta eskoletan), dohainik banatzearen ekintza, Eskozian egiten den bezala, gauzatzeko aukera egongo litzateke.
 - Ikasle ez direnentzat, herri zein hiriko puntu estrategiko jakin batzuetan, hilabetan behin joan zaitezkeelarik, odoltzearekiko aurre egiteko beharrezkoak diren, dohako-higiene produktuak eskuratzeko aukera egongo litzateke.
 - Emakumezkoen segurtasuna eta lasaitasuna bermatzearen, komun publikoetan (liburutegi, polikiroldegi..), hauek eskuratzeko aukera jarriko nuke.
- ❖ Kopa menstrualari dagokionez, gero eta gehiago dira, aukera jasangarri hau erabiltzearen apustu egiten duten emakumeak. Horregatik, mediku espezialista batetik pasa ostean, eta hilekoarentzako erabili nahi den aukera zein den azaldutakoan, subentzionaturik dauden medikamenduen bezala, farmaziara joan eta bat eskuratzeko aukera egon beharko luke, guztiz dohako dena. Hautaketa hau eginez gero, produktu honek, 10 urteko bizitza erabilgarria duenez, automatikoki, urte horien buruan, berritzen den “errezeta” moduko bat plazaratu beharko zen.
- ❖ Aukera tradizionalak, tanpoiek eta konpresek, sortzen duten ingurumen inpaktu larria dela-eta eta aukera jasangarriak erabili nahi duten emakumezkoentzat, eta kopa menstrualaren erabilpena moldatzen ez direntzat, kulero menstrualak eta oihalezko kuleroak, odolari aurre egiteko beste irtenbide bat izan daitezkeela adierazi da 6.3 puntuan. Jakin badakit, gizartean dagoen ezagutza eta informazio faltarengatik, zaila izango zela oso, gobernuari, hauek dohainik eskuratzeko aukera eskaintzea baino gutxienez aplikatzen zaien BEZaren murrizketaren ordean, ezabaketa eskatuko nioke: hauen erabilpena bultzatzeko eta duten ezaugarri ekologiko eta berrerabilgarriak saritzeko, etorkizunean dohakoak izan daitezkeelakoan.

Azken proposamen propio honekin, emakumezkoen higiene produktuek, gobernuaren aldetik, izan beharko luketeen goera zein den argi utzi dut.

8. ONDORIOAK

Ikerketa osoan zehar, eta hasieran ezarritako lanaren helburuekin bat etorritik, ikuspuntu sozial, ekologiko eta ekonomiko batetik, hilekoari aurre egiteko dauden produktuetaz jardun gara solasean.

Berriki aipatu dugunarekin, eztabaidaren atalekoarekin alegia, egun, gai honekiko dauden estigma, tabuak eta produktu hauek pairatzen duten tratamendu fiskalak suposatzen duen bidegabekeria biltzen saiatu gara, non giza-faktoreekin erlazio zuzena duten. Hortaz, egoera sozial hori aldatzearren, hezkuntza sistemaren beste planteamendu eta agertoki desberdinak proposatu dira, emakumezkoen higiene produktuen eta bide hortaz, menstruazioaren, ikuspegi sozialaren atala sakonki landuz.

Azterketa honetan barrena, bestalde, produktu hauen ikusmira ekonomiko eta ekologikoaz ere dezente sakondu da, sortzen duten ingurumen-inpaktu eta gastuaz, atalez-atal informazio baliagarria eskuratuz. Horregatik, unea iritsi da, odoltzeari aurre egiteko egon daitezkeen metodo tradizional eta moderno horiei buruzko datuak, taula bakar batean txertatzeko. Hala, bien arteko konparaketa egiteaz gain, ondorio orokor batzuk ateratzeko aukera izango dugu.

Taula 37: Emakumezkoen higiene produktuen arteko alderaketa, ekonomikoki

EMAKUMEZKOEN HIGIENE PRODUKTUA	URTE BATEAN*	39 URTEETAN
KONPRESA (Evax)*	42€**	1.638€
KONPRESA (Marka txuria)	24€	936€
TANPOIA (Tampax)	51€	1.989€
TANPOIA (Marka txuria)	27€	1.053€
KOPA MENSTRUALA (Intimina)	29.95€ → 3€/urteko***	119.8€***
KOPA MENSTRUALA (Deliplus)	9€ → 1€/urteko	36€
HILEKORAKO KULEROAK (Cocoro)	74.70€ → 37.35€/urteko****	1.764****
OIHALEZKO KONPRESAK	100€ → 20€/urteko*****	787.50*****

Iturria: Norberak egina

Oharrak:

*Urte batean=emakumeak hilekoa pairatzen duen lehen urtea. Beraz, aukera jasangarriei dagokienez, dena lehen aldiz erosi beharko litzatekeela suposatuko dugu.

**Tanpoi eta konpresaren zenbatekoak, taula 7 eta 8tik hartu dira.

***Lehen aldiz erosiz gero,

-Intiminen kasuan: 29.95€ko gastua, baino 10 urteko bitzita erabilgarria duenez, 3€ izango dira urteko.

-Delipluseren kasuan: 9€ko gastua → 9/10= 1€/urteko, gutxi gora behera.

Bestalde, hilekoa 39 urteetan jasaten denez, urte bateko kopuruak x4 egin behar dira.

****Hilekoaren odoltzeari aurre egiteko, gomendatzen da, gutxienez, hiru kulero edukitzea. Hortaz, 3x29.90€= 74.70€. Produktuaren bitzita erabilgarria, 2 urtetarako estimatuta dagoenez, urte bateri 37.35€ko gastua legoke. Gainera, menopausia izatera heltzen denerarte, 59 kulero erosi beharko lirateke: 59x29.90=1.764€

*****Interneten topa ditzazkegun prezioen batz bestekoa, 12.5€koa denez, eta menstruziorako armairuan zortzi bat edukitzea aholkatzen denez: 12.5x8=100€. Kasu honetan, ordea, bitzita erabilgarria 5 urtetan ezarri dagoenez, urte bakoitzeko 20€ gastua izango litzateke. Hileko izateari uzten duen unerarte, 39 urte pasa behar direnez, 63 bat oihal konpresa erosi behar direnez: 63x12.50=787.50€

Hortaz, 36 eta 37 taulei erreparatuz, honako ondorioak atera daitezke:

- Aukera tradizionalei dagokienez, ekologikoki behintzat, argi dago, hilekoaren iraunaldian erabiltzen diren tanpoi zein konpresen erabilpenaren ondorioz sortzen den zabor kantitatea, altua dela oso: metodo jasangarriekin alderatuz gero, diferentzia beldurgarria izanik, 57kg gehiago eratzen direlarik. Ekonomikoki ere, esan daiteke, nahiz eta, supermerkatuetan, marka txuria eskuratzeko aukera dagoen, irtenbiderik garestiena dira.
- Kopa menstrualala, beste aukerekiko diferentzia handiarekin, hautabiderik merkeena eta jasangarriena da. Hilekoak irauten duen denboraldi osoa oinarritzat hartuz, 39 urteren buruan, aukeratzen den marka eta banaketa-kanalaren arabera, gutxienez 32€ eta gehienez 12€ko gastua egin beharko litzateke, beste edozein aukera hautatuz gero, 1.000€ ingurutik gorakoa izanik. Ekonomikoki alde nabarmena egoteaz gain, emakume bakar batek, menopausia duen arteko urteetan, odoltzeari aurre egiteko intentzioarekin, bakarrik, 24g errefusa sortuko luke.
- Hilekorako kuleroei aipamena eginez, suposatzen duten gastua nahiko esanguratsua den arren, tanpoi eta konpresen antzerakoa alegia, honen erabilpenarengatik eratzen den zabor kantitatea, 39 urteetan, ez da ezta 2kg-tara iristen. Hortaz, ingurumen-inpaktuaren ikuspuntutik, odoltzeari aurre egiteko hautabide egoki dira.
- Oihalezko konpresak aztertuz, bai ekologikoki bai ekonomikoki, emakumezko higiene produktu aproposenak direla ondoriozta dezakegu, kopa menstrualaren atzetik. Izan ere, egin beharreko gastua, aipatu direnen artean, merkeenetik hasita, bigarren postuan kokatzen dira, ikusmira ekologikotik egin den taulan, gauza bera gertatuz.

Taula 38: Emakumezkoen higiene produktuen arteko alderaketa, ekologikoki

EMAKUMEZKOEN HIGIENE PRODUKTUA	URTE BATEAN*	39 URTEETAN
KONPRESA	1.500g**	58.500g
TANPOIA	1.500g	58.500g
KOPA MENSTRUALA	8g→ 0.8g/urteko***	32g
HILEKORAKO KULEROAK	90g→ 45g/urteko****	1.770g
OIHALEZKO KONPRESAK	160g→ 32g/urteko*****	1.260g

Iturria: Norberak egina

Oharrak:

*Urte batean=emakumeak hilekoa pairatzen duen lehen urtea. Beraz, aukera jasangarriei dagokienez, dena lehen aldiz erosi beharko litzatekeela suposatuko dugu.

**Tanpoi eta konpresaren guztizkoak, taula 32tik atera dira.

***Kopa menstrualala lehen aldiz erostean, 8gko zaborra eratuko litzateke, baino honen bizitza erabilgarria 10 urtekoa denez, urte bateri, 0.8gko hondakina legoke. Bestalde, 39 urteetan, horrelako 4 erostearekin nahikoa denez, hamarkada baterako iraupena baitute: $4 \times 8 = 32g$

****Hilekoarentzako kuleroei dagokienez, bakoitzak 30gko pisua duenez, eta hiru edukitzea gomendatzen denez: $3 \times 30 = 90g$. Produktuaren bizitza erabilgarria, bi urteetako denez: $90/2 = 45g/urteko$. Gainera, menopausia izatera heldu arte, horrelako 59 eskuratu behar direnez: $59 \times 30 = 1770g$ zabor eratuko dira.

*****Oihalezko konpresa batek, 20g pisatzen duenez, eta zortzi izatea aholkatzen denez: $20 \times 8 = 160g$. Bakoitzaren bizitza erabilgarria, 5 urteetako denez: $160/5 = 32g/urteko$ hondakin. Hilekoa desagertzen den bitarteko iraunaldian, 63 erosi behar direnez: $63 \times 20 = 1.260g$

Esandakoak esanda, kopa menstrualak izango litzateke emakumezko higie produktu egokiena; bai ekonomia bai ekologia aldetik. Hala ere, jakin badakigu, emakume guztien gorputza ez dela berdina eta bakoitzak bere behar pertsonal eta sozialen arabera, odoltzeari aurre egiteko, bere usteetan, irtenbiderik aproposena hautatuko duela.

Hortaz, amaitzearren, lan honek eman dituen fruitu nagusienak, bizpahiru hitzetan laburtuko dira. Alde batetik, ikusmira sozial batetik, argi dago, gizarteak, gai honekiko, dituen estigma eta tabuak alde batera utzi behar dituela, ahalik eta azkarren, behar duen naturaltasuna ematen hasteko; ezin dugu ezer egin gabe gelditu, pixkana, menstruazioak ikusgai bihurtu behar ditugu.

Bestetik, ikuspegi ekonomiko eta ekologikoan sartuz, begi-bistakoa da, hilekoaren egunetan odoltzeari aurre egiteko sortu diren aukera jasangarriak onurgarriagoak direla; bai emakumezkoen poltsikoen aurrezkoa bai ingurumen-inpaktuaren murrizketa eratuz. Hortaz, gizakiaren bilakaerarekin batera, emakumezkoen higie produktuen eraldaketa etorri beharko luke, kontsumo arduratsu eta jasangarri baten alde eginez.

9. IRITZI PERTSONALA

Esandakoak esanda, amaitutzat ematen dut nire ikerketa lanarekin, plazer bat izan da gai honetan murgiltzeko aukera izatea eta espero dut irakurri duen orori, egun, dagoen arazo honekiko kontzientziatu izana.

Hasiera batean zalantzak izan nituen horrelako gai bat, nire gradu amaierako lan bezala aukeratzen, izan ere, zaila egiten zitzaidan ikerketaren nondik norakoak nola ezarriko nituen pentsatzea. Aldiz, nire ikuspuntutik gaiak duen garrantzia eta nireganako duen gertutasunak bultzatu ninduten hautaketa aurrera eramaten.

Orain, behin lana bukatuta dagoela, esan dezaket, lau urteko iraunaldia izan duen unibertsitate-esperientziari itxiera emateko balio duen lan honen gaia, emakumezkoen higie-ne produktuei buruzkoa izateak, gauzak asko erraztu dizkidala: esperientziak, mundu honetan, bete-betean murgiltzeko aukera eman didanez, nire etorkizunera begira nituen zalantzak argitzeko baliagarri izan baizait oso eta orain, nik, jarraitu beharreko bidea zein den aurkitzen lagundu dit, hemendik gutxira, lan mundurako pausoa emateko.

Bestalde, ondorioztatu dut, ez dudala, lan hau, ikerketa simple batean amaitzea nahi, haratago joateko asmoa dudala, bada, lau hilabetez gai honen inguruan informatzen egon ostean, ezarrita dagoen gizartea aldatzearekiko sortu zaidan nahi, hain handia izan denez, hau hasiera besterik ez dela ziurtatzen dut.

Beraz, ikerketarekin guztiz amaitzeko, honako hau gogoan izatea eskatzen dizuet: GU GARA EBOLUZIO HONEN ERANTZULE, GU EZ GAREN INORK EZ DU IRAULTZA HAU HARTUKO: eskolako irakaslea bazara, bilatu hezkuntzarako espazioak irekitzea; sare-sozial zein komunikabideetako pertsona ezaguna bazara, hitz egin ezazu naturaltasun osoz gaiari buruz; alaba baten ama bazara, zure zikloarekin partaide egin iezaiozu...

Emakumea gizakia da... utz ditzagun estigmak alde batera eta hitz dezagun hilekoari buruz! Lor dezagun denon artean, gaiak, behar duen naturaltasuna eskuratzea, arazo asko ekidingo ditugu... gauzak, denontzat, asko erraztuko dira. Eta benetan esaten dizuet, itxaropena daukat, noizbait, nik, produktu hauek, dohainik, nereganatu ahal izateko aukera pairatzea; eta topatzen ditudan aukera guztiak, jasangarriak badira, askoz ere hobe, sekulako aurrerapena egin dugularen seinale izango baita.

HILEKOA DAUKAT, ETA ZER?

BIBLIOGRAFIA

- Allsopp, M., Costner, P., & Johnston, P. (2001). *Incineración y Salud* [Ebook] (1st ed., pp. 65-70). España: “*Conocimientos Actuales Sobre los Impactos de las Incineradoras en la Salud Humana*”. URL: <http://archivo-es.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/other/incineraci-n-y-salud-2.pdf>
- Álvarez, F. (2013). *Incineradoras de residuos: ¿ fuente de energía o amenaza ecológica?*. URL: <https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2013/11/17/52865dda61fd3d38558b457b.html>
- Álvarez Guillén, E. (2017) *Las compresas: su historia - Aula Escondida, Más Allá del Placer*. URL: <https://masalladelplacer.com/las-compresas-su-historia/>
- Arriols, E. (2018). “Qué se recicla en el contenedor gris”. URL: <https://www.ecologiaverde.com/que-se-recicla-en-el-contenedor-gris-1315.html>
- Cáceres Cortez, A. (2017). “*Recuperación paisajística de vertederos de basura: un ejemplo de brownfields*” (pp. 71-80). universidad nacional de colombia, facultad de ciencias humanas, departamento de geografía. URL: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/rcg/article/viewFile/10160/10685>
- Camino, A. (2017). “*La menstruación en diferentes lugares del mundo, una pesadilla mensual para muchas mujeres*”. URL: <https://www.tendencias.com/salud/la-menstruacion-en-diferentes-lugares-del-mundo-una-pesadilla-mensual-para-muchas-mujeres>
- Castedo, A. (2016). “7 Cosas Que Las Mujeres No Podían Hacer Hace 100 Años” *BBC News Mundo*. URL: www.bbc.com/mundo/noticias-38007110
- Diego, M. (2012). “*El paso al verde de McDonald’s*”. URL: <https://es.slideshare.net/migueldediego/el-paso-al-verde-de-mcdonalds>
- Dolera, Leticia (2018) . *Morder La Manzana: La revolución será Feminista o No será*.
- Druet, A. (2017). “¿Cómo la menstruación se volvió un tabú?”. URL: <https://helloclue.com/es/articulos/cultura/como-a-menstruacion-se-volvi%C3%B3-un-tabu>
- Espinosa, R. (2018). “*El ciclo de vida de un producto y sus 4 etapas*”. URL: <https://robertoepinosa.es/2018/11/04/ciclo-de-vida-de-un-producto>
- Eusko Jaurlaritz. (2019). “*Estrategia de Economía Circular de Euskadi 2030*” [Ebook] (1st ed.). Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia. URL: https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/economia_circular/es_def/adjuntos/EstrategiaEconomiaCircular2030.pdf
- Eusko Jaurlaritz.(2019). “*Recaudación de las Diputaciones Forales por tributos concertados*”. Departamento de Hacienda y Economía. URL: https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/7119/es_2335/adjuntos/2019.pdf
- Font, E. (2019). “*La copa menstrual: Un producto en auge*”. URL: <https://es.yougov.com/news/2019/05/03/la-copa-menstrual-un-producto-en-auge/>
- Gándara, A. (2018.). “*Bragas menstruales: Las 7 preguntas que necesitas contestar antes de probarlas*”. URL: <https://www.vogue.es/belleza/articulos/bienestar-bragas-menstruales-regla->

[sin-plasticos-menstruacion-higiene-intima](#)

- García-Astillero, A. (2019). "CONTAMINACIÓN Por PLÁSTICOS: Causas, Consecuencias Y Soluciones". URL: <https://www.ecologiaverde.com/contaminacion-por-plasticos-causas-consecuencias-y-soluciones-2114.html>
- Grupo Garrigues. (2019) "Estudio sobre los riesgos socio-económicos y ambientales del nuevo Complejo Medioambiental de Gipuzkoa" [Ebook] (pp. 27-38). URL: <https://www.gipuzkoa.eus/documents/3767975/7051778/Gipuzkoako+Ingurumen+Zentroaren+Ingurumen+eraginen+eta+Eragin+Sozial+eta+Ekonomikoen+Azterketa/b6a50c60-5b33-553077235>
- Hey Girls (2019). "HOW TO DISTRIBUTE PERIOD PRODUCTS" (1st ed., pp. 1-40). Scotland. URL: <https://www.heygirls.co.uk/wp-content/uploads/2019/08/Hey-Girls-Schools-Guide.pdf>
- Illa Garcia, A. (2018). "La revolución de la copa menstrual" (1st ed., pp. 9-24). Barcelona: Facultat d'Economia i Empresa de la Universitat de Barcelona. URL: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/125417/1/TFM-MIM_Illa.pdf
- Ingurumen, lurralde plangintza eta etxebizitza saila. (2019). "Estrategia Economía Circular Euskadi 2030" [Ebook] (1st ed., pp. 22-52). Vitoria-Gasteiz: Eusko Jaurlaritza. URL: https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/economia_circular/es_def/adjuntos/EstrategiaEconomiaCircular2030.pdf
- Instituto Geográfico Nacional & Ministerio de Fomento, Gobierno de España (2019). "Tratamiento de residuos sólidos urbanos" [Ebook]. URL: https://www.ign.es/espmmap/mapas_conta_bach/pdf/Contam%20mapa_07_texto.pdf
- Jenner, G. (2015). Greg Jenner's Blog - How Did Women In The Past Deal With Their Periods? The History of Menstruation. URL: https://www.goodreads.com/author_blog_posts/13942989-how-did-women-in-the-past-deal-with-their-periods-the-history-of-menstr
- Johnston, P., Costner, P. & Allsopp, M. (2001). "Incineración y Salud" [Ebook] (1st ed., pp. 65-68). Greenpeace Internacional. URL: <http://archivo-es.greenpeace.org/espana/Global/espana/report/other/incineraci-n-y-salud-2.pdf>
- Juste, I. (2019). "Qué son las islas de plástico y cómo se forman" - descúbrelo aquí. URL: <https://www.ecologiaverde.com/que-son-las-islas-de-plastico-y-como-se-forman-1266.html>
- Kotler, Jennifer. (2018). "Cómo se desarrollaron los tampones y toallas menstruales modernos". URL: <https://helloclue.com/es/articulos/cultura/una-breve-historia-de-los-productos-menstruales-modernos>
- Llamas, Y. (2019). La exposición ¡Mánchate las bragas! contra San Valentín arranca entre el arte y la polémica. URL: <https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/castellon/2019/02/14/5c64795c21efa0820d8b462f.html>
- López, A. (2017). "Las 5 cosas que no debes tirar por el retrete bajo ningún concepto". URL: https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2017-09-07/cosas-que-no-tocar-nunca-bajo-ningun-concepto_1438901/
- Melero Abascal, S. (2017). "La menstruación secuestrada". URL: <https://www.publico.es/sociedad/menstruacion-secuestrada.html>

- Moreno, J. (2015). "Por qué Instagram retiró esta imagen de una chica con la menstruación". URL: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/03/150327_menstruacion_rupi_kaur_instagram_jm
- Olmos, N. (2017). "Anuncio De Bodyform Sobre Compresas, El Primero En Usar Sangre Realista." URL: <https://graffica.info/anuncio-de-bodyform-sangre/>
- Orte, M. (2017). "Un anuncio bueno sobre la regla es posible". URL: <https://www.miarevista.es/ocio/articulo/un-anuncio-bueno-sobre-la-regla-es-posible-881465477847>
- Palou, N.(2019) *Copa Menstrual:La Opción Saludable,Barata Y Eco Para La Regla.* URL: <https://www.lavanguardia.com/natural/tu-huella/20190731/463797929155/deperdicios-higiene-intima-compresas-tampones-copa-menstrual-alternativa.html>
- Peinado, M. (2017). "Tengo la regla" hay que decirlo más. URL: https://elpais.com/elpais/2017/11/09/actualidad/1510241453_493385.html
- Pina, C. (2020). "La bajada del IVA de compresas y tampones en España". URL: <https://www.elmundo.es/yodona/lifestyle/2020/02/26/5e566c6421efa0b2798b4649.html>
- Peinado, M. (2017). "Tengo la regla" hay que decirlo más. URL: https://elpais.com/elpais/2017/11/09/actualidad/1510241453_493385.html
- Pinto, E. (2019). "Historia de la toalla sanitaria: El invento que mejoró la vida de las mujeres". URL: <https://guddi.com/historia-toalla-sanitaria/>
- Ramirez, C. (2019). "El aquelarren de las princesas". URL: <http://www.princesasmenstruantes.com/el-aquelarre-de-las-princesas/>
- Remacha, B. (2018). "La Pobreza Menstrual También Existe En España: 'La Demanda De Compresas Entre Mujeres Necesitadas Es Impresionante". URL: www.eldiario.es/sociedad/Pobreza-menstrual-Espana_0_816118657.html
- Ross, C. (2018). ¿Se puede tirar el tampón al retrete? URL: https://www.huffingtonpost.es/2018/05/15/se-puede-tirar-el-tampon-al-vater-las-consecuencias-para-el-medio-ambiente_a_23431512/
- Sanguino, J. (2015). "Ideas de la menstruación según 9 culturas milenarias". URL: <https://culturacolectiva.com/historia/perspectivas-sobre-la-menstruacion>
- Suárez, A. (2018). *Historia de la toalla sanitaria: el invento que mejoró la Calidad de vida de las mujeres.* URL: <http://www.buenasnews.com/index.php/entretenimiento/156-mujer/1505-historia-de-la-toalla-sanitaria-el-invento-que-mejoro-la-vida-de-las-mujeres-elizabeth-pinto>
- Templi, M. (2017). "La menstruación en el pasado-Historia de la Humanidad" URL: https://aminoapps.com/c/historia-de-la-humanidad/page/blog/la-menstruacion-en-el-pasado/NLne_bRUMujZm7q63NVXKpKR1Vp0VwMwm
- Torres Frías, A. (2018). "El rol de la mujer a lo largo de la historia". URL: <https://prezi.com/luzeikpbrnml/el-rol-de-la-mujer-a-lo-largo-de-la-historia/>
- Trecet, J. (2019). "Tipos de IVA en España:Cuál se aplica a cada producto y cómo funciona". URL: <https://www.bolsamania.com/declaracion-impuestos-renta/tipos-de-iva/>
- Valdés, I. (2017). "Tasa rosa: Las compresas y tampones tienen el mismo IVA que el caviar".URL:

https://elpais.com/elpais/2017/11/10/actualidad/1510308704_913366.html

Yanke, Rebeca. (2015). “El Arte De Estar Menstruando”. URL: www.elmundo.es/album/salud/2015/06/30/5591bbd8ca4741d7708b45c4.html

Yanke, Rebeca. (2015). “Llega La 'Menstruación'”. URL: www.elmundo.es/salud/2015/07/01/5591a565ca4741be708b45ab.html

Yanke, Rebeca (2015). “Me Dijeron Que Era Intocable y Sucia Mientras Menstruaba'.” URL: www.elmundo.es/salud/2015/07/01/5591a561ca4741ba708b45af.html

WEBGRAFIA

- Besteak:

Anna Silvaren webgunea: <https://www.viajealciclomenstrual.com/>

Ekonomia zirkularreko fundazioaren webgunea: <http://economiacircular.org/>

El Diario egunkariaren webgunea: <https://www.eldiario.es/>

El país egunkariaren webgunea: https://elpais.com/agr/28_dias_tabu_regla/a

Gipuzkoako hondakinen kudeaketaren webgunea: <https://www.ghk.eus/hasiera.htm>

Irrati telebista espainiarraren webgunea: <https://www.rtve.es/>

Salud de ediciones kontseilaritzaren webgunea: <http://www.saludediciones.com/>

Sanitasen webgunea: <https://www.sanitas.es/>

- Blogak:

20 minutos blogaren webgunea: <https://blogs.20minutos.es/>

Alas de Orquidea blogaren webgunea: <https://www.alasdeorquidea.com/>

Eme de mujer blogaren webgunea: <https://ve.emedemujer.com/>

La Eco Cosmopolita blogaren webgunea: <https://laecocosmopolita.com/>

Recíclame blogaren webgunea: <https://www.reciclame.info/>

Sangre Menstrual blogaren webgunea: <https://sangremenstrual.wordpress.com/>

Sin embargo blogaren webgunea: <https://www.sinembargo.mx/>

Super Curioso blogaren webgunea: <https://supercurioso.com/>

Varón blogaren webgunea: <http://devaronavaron.com/>

- Emakumezkoen higiene produktuen enpresak:

Ausonia enpresaren webgunea: <https://www.ausonia.es/>

Bragas menstruales webgunea: <https://bragasmenstruales.net/>

Cococo enpresaren webgunea: <https://www.cocoro-intim.com/es/>

Copas menstruales online dendaren webgunea: <https://www.copasmenstruales.com/>

Cyclo enpresaren webgunea: <https://ilovecyclo.com/>

Enna enpresaren webgunea: <https://www.enna.es/>

Evax&Tampax enpresaren webgunea: <https://www.evaxtampax.es/es-es>

Intimina enpresaren webgunea: <https://www.intimina.com/es>

Organicup enpresaren webgunea: <https://www.organicup.com/es/>

Saforelle enpresaren webgunea: <https://www.saforelle.com/>

- Erakundeak:

CEWEP erakundearen webgunea: <https://www.cewep.eu/>

Ecoembes erakundearen webgunea: <https://ecoembesdudasreciclaje.es/>

Leanpio erakundearen webgunea: <https://www.leanpio.com/>

NationalGeographic erakundearen webgunea: <https://www.nationalgeographic.com.es/>

- Higiene zerbitzu enpresak:

Euroservhi enpresaren webgunea: <http://www.euroservhi.com/>

Ph Serkonten enpresaren webgunea: <https://phsserkonten.com/>

- Instituzio ofizialak:

Espainiako Gobernuaren webgunea: <https://www.miteco.gob.es/es/>

Estatistikako Institutu Nazionalaren webgunea: <https://www.ine.es/index.htm>

Estatuko Aldizkari Ofizialaren webgunea: <https://boe.es/>

Europar Parlamentuaren webgunea: <https://www.europarl.europa.eu/portal/es>

Euskadi.eu webgunea: <https://www.euskadi.eus/>

Euskal Estatistika Erakundearen webgunea: <https://es.eustat.eus/indice.html>

Garapen Iraunkorreko Helburuen webgunea: <https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>

Gipuzkoako Foru Aldundiaren webgunea: <https://www.gipuzkoa.eus/>

The scottish government webgunea: <https://www.gov.scot/>

- Online eta Offline supermerkatuak:

Alcampo enpresaren webgunea: <https://www.alcampo.es/compra-online/>

Amazon enpresaren webgunea: <https://www.amazon.es/>

BM enpresaren webgunea: <https://www.online.bmsupermercados.es/bm/>

Carrefour enpresaren webgunea: <https://www.carrefour.es/>

Dia enpresaren webgunea: <https://www.dia.es/compra-online/>

Eroski enpresaren webgunea: <https://supermercado.eroski.es/>

Mercadona enpresaren webgunea: <https://www.deliberry.com/mercadona>

Super Amara enpresaren webgunea: <https://www.online.superamara.com/>

Ulabox enpresaren webgunea: <https://www.ulabox.com/>

ERANSKINAK

Eranskina 1: Galdetegia

-Adina/Edad

1) Zenbat egunetan zehar duzu hilekoa? / ¿Durante cuántos días tienes la regla?

*2-3 egun/días

*3-4 egun/días

*4-5 egun/días

*5 edo gehiago/ 5 o más

2) Hilekoarekin zaudenean ze produktu erabiltzen dituzu? (soilik gehien erabiltzen duzuna aukeratu) / ¿Qué productos usas cuando tienes la regla? (solo elige la opción que más uses)

*Tanpoia/Tampón

*Konpresa/Compresa

*Kopa menstrual/Copa menstrual

*Beste bat... /Otro

HURRENGO ORRIALDEKO GALDERAK, TANPOI EDO KONPRESA AUKERATU BADUZU SOILIK ERANTZUN, BESTELA JOAN HURRENGO ATALERA / CONTESTA SOLO A LAS PREGUNTAS DE LA SIGUIENTE PÁGINA SI HAS ELEGIDO LA OPCIÓN DE TAMPÓN O COMPRESA, SI NO, PASA DE PÁGINA

3) Zenbat orduro aldatzen zara tanpoi edo konpresaz? / ¿Cada cuánto te cambias de tampón o compresa?

*2 orduro/ Cada 2 horas

*4 orduro/ Cada 4 horas

*6 orduro/ Cada 6 horas

*8 orduro/ Cada 8 horas

*Beste bat.../ Otra...

4) Nun erosten dituzu produktu hauek? / ¿Dónde sueles comprar estos productos?

*Supermerkatuetan/En los supermercados

*Farmazian/ En las farmacias

*Interneten/ En Internet

*Beste bat.../Otra....

5) Ze marka erabiltzen duzu? / ¿Qué marca usas?

*Marka txuri/ Marca blanca

*Lehen markak/ Primeras marcas

6) Nahi izanez gero markaren izena jarri/ Si quieres pon el nombre de la marca

7) Badakizu zenbat diru gastatzen duzun gutxi gora behera hilabetean produktu hauen erosketan? / ¿Sabes aproximadamente cuánto dinero gastas al mes en estos productos?

8) Badakizu zenbat tanpoi eta konpresa pakete erosten dituzun hilabetean/ ¿Sabes cuántos paquetes de tampones y compresas compras al mes?

9) Noizbat kopa menstrual erabiltzea pentsatu duzu? / ¿Has pensado alguna vez en usar la copa menstrual?

*Bai/Sí

*Ez/No

*Baliteke/Tal vez

10) Zergatik? / ¿Por qué?

HURRENGO ORRIALDEKO GALDERAK, SOILIK, KOPA MENSTRUALA ERABILTZEN DUTENENTZAT DIRA. BESTELA JOAN AZKEN ORRIRA / LAS PREGUNTAS DE LA SIGUIENTE PÁGINA SON SOLO PARA AQUELLAS QUE HAN CONTESTADO LA OPCIÓN DE COPA MENSTRUAL, POR LO CONTRARIO, VETE A LA ÚLTIMA

11) Orain dela zenbat erabiltzen hasi zara? / ¿Hace cuánto que la empezaste a usar?

12) Zergatik? / ¿Por qué?

*Ekonomikoagoa delako/ Porque es más económica

*Erosoagoa delako/ Porque es más cómoda

*Ingurumenarekiko kontzientziagatik/ Por la concienciación con el medio ambiente

*Denak/Todas

*Beste bat.../Otra...

13) Nun erosi duzu? / ¿Dónde la has comprado?

*Supermerkatuetan/ En los supermercados

*Farmazian/ En las farmacias

*Interneten/ En Internet

*Beste bat.../Otra...

14) Zenbat ordaindu duzu? / ¿Cuánto te ha costado?

15) Berriz ere tanpoi eta konpresak erabiliko zenituzke? / ¿Volverías otra vez a usar tampones o compresas?

*Bai/Sí

*Ez/No

*Baliteke/Tal vez

HURRENGO ORRIALDEKO GALDERAK, DENENTZAKO DIRA / LAS PREGUNTAS DE LA SIGUIENTE PÁGINA SON PARA TODAS

16) Zer aurkitzen duzu etxetik kanpoko emakumeen komunetan (taberna, kiroldegi, liburutegi, ikastola...) tanpoi eta konpresak botatzeko? / Cuando estás fuera de casa, ¿qué es lo que encuentras en los baños de chicas (de los bares, gimnasios, bibliotecas, institutos...) para depositar los tampones y compresas?

*Ohiko zakarrontziak/Basuras convencionales

*Edukiontzi higieniko femeninoa/ Contenedor higiénico femenino

*Ez dut zakarrontzirik topatzen/ No encuentro basuras

*Beste bat.../Otra...

17) Ezagutzen al duzu beste higiene produkturen bat konpresa, tanpoi eta kopa menstrualak ez dena? / ¿Conoces otro(s) producto(s) de higiene femenina que no sean tampones, compresas o copas menstruales?

*Bai/Sí

*Ez/No

-BAI ezantzun izanez gero, zein edo zeintzuk? / Si has contestado SÍ, cuál o cuáles?

*Kulero menstrualak/Bragas menstruales

*Oihalezko konpresa ekologikiak/ Compresas de tela ecológicas

*Biak/Las dos

*Beste bat.../Otra...

18) Jakin badakizu higiene produktuek zenbateko BEZa daukaten? Zer iruditzen zaizu? / ¿Sabes cual es el IVA que se le aplica a los productos de higiene femenina? ¿Qué te parece?

*Jakinarene gainean nago eta aplikatzen zaien BEZa gehiegizkoa iruditzen zait / Sí, estoy al corriente y me parece que el IVA que se les aplica es excesivo

*Jakinarene gainean nago eta ados nago aplikatzen zaien BEZarekin / Sí, estoy al corriente del IVA que se le aplica y estoy de acuerdo con ello

*Gaia ez zait interesatzen/ No me interesa el tema

*Ez nago jakinarene gainean, beraz, ezin det erantzun/ No esto al tanto, por lo tanto no puedo contestar

*Beste bat.../Otra...

19) Uste duzu emakumezkoen higiene produktuene prezioetan aldaketa bat eman behar dela? / ¿Crees que tiene que producirse un cambio respecto al precio que tienen los productos de higiene femenina?

*Bai/Sí

*Ez/No

*Berdin zait/Me da igual

-BAI erantzun izanez gero... / Si has contestado Sí...

*Produktuene BEZaren murrizketa/ Reducción del IVA en estos productos

*Emakumezkoen higiene produktuak dohakoak izan behar dira/ Los productos de higiene femenina tienen que ser gratuitos

*Ez da BEZa murriztu behar baino lortzen den diruarekin zerbait egin beharko litzateke / No hay que reducir el IVA pero sí se debería de hacer algo con el dinero que se recauda

*Beste bat.../Otra...



¿Por qué cada vez más mujeres españolas usan la copa menstrual?

- 2019 ha sido el año de la copa menstrual. España es líder en ventas de este producto en Europa, por delante de Reino Unido, Portugal, Alemania y Francia
- A nivel regional, Madrid, Barcelona y Sevilla son las ciudades en las que más copas menstruales se usan.
- La ecología y la sostenibilidad son dos de los principales factores que tienen en cuenta las usuarias a la hora de utilizar la copa menstrual

Madrid, 18 de diciembre de 2019.- La regla es una función corporal normal y un signo vital, y la experimenta casi la mitad de la población mundial. Aunque siempre ha estado rodeada de tabúes, la tendencia a considerarla como algo negativo está desapareciendo. Algunos productos, como la copa menstrual, están cambiando la visión del periodo.

Según **INTIMINA**, compañía que ofrece la primera y única gama dedicada a cuidar los aspectos de la salud íntima femenina, cada vez son más las mujeres que se animan a utilizar la copa menstrual (14%). De hecho, **España es líder en venta de copas en Europa por segundo año consecutivo**, por delante de Reino Unido, Portugal, Alemania y Francia¹. De hecho, el crecimiento de ventas de INTIMINA en Iberia ha sido de un 25% respecto al mismo periodo del año pasado.

Estos datos demuestran que la copa menstrual gana adeptas por sus innumerables beneficios y por ser completamente seguras para la salud íntima femenina. De hecho, un estudio publicado por la revista ***The Public Lancel Health***² afirma que las copas menstruales son seguras y son igual de eficaces que otros métodos de protección.

A nivel regional **Madrid, Barcelona y Valencia encabezan el ranking de ciudades en las que más copas menstruales se usan³.**

Venta de copas en 2019	
RANKING	PAÍS
1ª	España
2ª	Reino Unido
3ª	Portugal
4ª	Alemania
5ª	Francia
6ª	Croacia
7ª	Polonia
8ª	Italia
9ª	Suiza
10ª	Suecia

Top 10 ciudades que más copas han comprado en 2019	
RANKING	CIUDADES
1ª	Madrid
2ª	Barcelona
3ª	Sevilla
4ª	Valencia
5ª	Zaragoza
6ª	Valladolid
7ª	Bilbao
8ª	Palma de Mallorca
9ª	Málaga
10ª	Granada

Razones por las que muchas mujeres utilizan este método de protección revolucionario

Las españolas son conscientes de las innumerables ventajas de la copa menstrual: no absorben, sino que recogen el fluido, respetan el equilibrio íntimo y no producen sequedad asociada a otros

INTIMINA™

métodos de protección tradicionales. Además, la ecología y la sostenibilidad es una tendencia al alza entre las usuarias, y cada vez son más las mujeres que se unen al uso de este producto por sus beneficios para el entorno. Si todavía no te has unido a la revolución, echa un vistazo a todas sus ventajas:

Máxima seguridad. Las copas menstruales de INTIMINA ([Lily Cup](#), [Lily Cup Compact](#) y [Lily Cup One](#)) son una opción respetuosa para el cuerpo. Están fabricadas en silicona de grado médico biocompatible, un material no poroso que previene el crecimiento bacteriano, lo que la hace muy higiénica. No contienen tóxicos ni ftalatos (grupo de compuestos químicos principalmente empleados como plastificadores) como otros métodos de protección tradicionales. Las copas menstruales respetan el equilibrio y la flora vaginal.

100% ergonómicas. Las copas menstruales están diseñadas para adaptarse a la anatomía femenina de la manera más cómoda posible. En concreto, las de INTIMINA son ultrasuaves y forman un sellado con las paredes de la vagina completamente seguro. Con el efecto vacío se asegura de que la copa no se mueva ni el flujo se desborde. Cuenta con una solapa anti-desbordamiento para evitar posibles fugas y un tallo de fácil sujeción.

Sostenibles. Unos 100 mil millones de tampones y de compresas se desechan cada año al vertedero, tardando hasta 300 años en desaparecer. Utilizar la copa menstrual supondrá un cambio significativo para el medio ambiente. ¿Sabes cuántos productos de higiene íntima puedes desechar a lo largo de tu vida? Gracias a la [calculadora menstrual de INTIMINA](#) puedes conocer cuántos residuos se generarán.

Por ejemplo, una mujer de 35 años que utiliza compresas habitualmente gastará, hasta la menopausia, unas 134.400. Por su parte, una mujer de 25 años que utiliza tampones usará, durante toda su vida, cerca de 100.000.

Inversión a largo plazo. La copa menstrual puede usarse hasta 10 años, costando menos de 3 euros al año. Podrás ahorrarte una media del 75%.