



Querido(a) leitor(a),

O Comitê de Projetos Sociais do Grande Bethel de São Paulo tem o prazer de apresentar a campanha anual da Gestão 2021-2022, que terá como tema a **Conscientização Acerca da Pobreza Menstrual**, um assunto emergente¹ na sociedade e que deve ser colocado em pauta!

Como mulheres que menstruam, sabemos da necessidade de termos à disposição certos materiais e produtos de higiene durante o ciclo menstrual, para que assim possa ser uma experiência de cuidado e de autoconhecimento. Os materiais envolvem, mas não se limitam, a calcinhas absorventes, coletores e discos menstruais, absorventes de pano e os próprios absorventes descartáveis tradicionais. Logo, a proposta da Campanha ampara² tanto a conscientização quanto a adoção de medidas efetivas para amenizar localmente essa deficiência do Estado na saúde pública, especialmente com a arrecadação e distribuição dos absorventes tradicionais.

Com objetivo de ressaltar a importância do tempo, vale realizar breve digressão³ dos fatos que inspiraram a escolha da Campanha. Pobreza menstrual é a situação de precariedade⁴ e vulnerabilidade de pessoas que menstruam e que não possuem acesso a saneamento adequado, aos itens de higiene pessoal e ao conhecimento sobre o ciclo menstrual. De acordo com a OMS, mais da metade das pessoas do mundo não tem acesso a saneamento básico adequado. No Brasil, de acordo com a ONG "Trata Brasil", essa é a realidade de 15,2 milhões de mulheres.

E já que o tema da campanha é menstruação, você sabia que isso não é coisa de mulher? Isso porque nem todas as mulheres menstruam e, além disso, homens transgêneros também podem passar pelo ciclo menstrual. Já que, esse é um ato que está ligado ao ciclo reprodutivo e, assim, pessoas que tenham o aparelho reprodutor composto pelo útero, trompas, tubas, vagina, vulva e ovários, podem menstruar.

É importante lembrar que os homens transgêneros são aqueles que ao nascer foram designados ao sexo feminino, mas que não se identificam dessa forma. O sexo

¹ Emergente: Que resulta de; que é consequência de algo.

² Ampara: Oferece proteção; salvaguarda.

³ Digressão: Consiste no desvio momentâneo do assunto sobre o qual se fala ou escreve (*figurado*).

⁴ Precariedade: Característica do que é ou está insuficiente; escasso.

está ligado ao órgão reprodutor, ou seja, limita-se ao ponto de vista biológico, enquanto o gênero está diretamente relacionado ao papel social com que o indivíduo se identifica. Nesse sentido, é possível que um indivíduo possua uma identidade de gênero que não condiz com sexo que lhe foi designado no momento do nascimento – “o sexo biológico” – pessoas que transicionam o gênero que lhe foi determinado para aquele com o qual se identificam são pessoas trans, enquanto pessoas que se identificam com o papel de gênero que lhes foi designado são pessoas cis.

Sendo assim, ao entendermos que a menstruação é um fator biológico que estará condicionado aqueles indivíduos que não apenas possuem um sistema reprodutor “feminino”, mas que também apresentam associado a ele todas as condições necessárias para que ela ocorra, como por exemplo os níveis de hormonais. Fica claro o porquê a menstruação não deve ser associada a identidade de gênero de determinado indivíduo, uma vez que não são apenas as mulheres que menstruam e nem toda mulher menstrua.

Retornando às questões concernentes⁵ à pobreza menstrual, para muito além da questão de saneamento básico e acesso aos itens de higiene pessoal, existe também um déficit⁶ informacional e educacional em relação à menstruação. Esse fenômeno é conhecido como privação psicossocial⁷ e, especialmente quando falamos de menstruação, se refere à falta de informações, orientações e apoio emocional.

Por mais que aparente ser uma realidade distante, esse fenômeno é extremamente presente em nossa sociedade. Um estudo realizado pelo “Fundo de População das Nações Unidas” (UNFPA) e o “Fundo das Nações Unidas para a Infância” (UNICEF) identificou que no Brasil cerca de 713 mil meninas vivem sem acesso a banheiro ou, até mesmo, chuveiro em seu domicílio. Uma realidade que para nós pode parecer longínqua, mas está muito mais presente do que se imagina.

⁵ Concernentes: Possui algum tipo de relação com.

⁶ Déficit: Aquilo que falta para completar determinada quantidade de numerário ou para inteirar uma conta.

⁷ Psicossocial: Que concerne simultaneamente à psicologia individual e à vida social.

Além da falta de acesso a banheiro ou chuveiro, a vulnerabilidade também envolve outros serviços básicos que são essenciais para garantir a dignidade menstrual, como, por exemplo, o acesso à saneamento básico. Sabe-se que na atualidade 900 mil meninas não possuem acesso à água canalizada em seus domicílios e mais de 6 milhões vivem em casas que não possuem ligação à rede de esgoto.

Nesse sentido, a dificuldade de acessar serviços básicos, bem como a pobreza menstrual, podem ser fatores de estigma⁸ e discriminação, levando muitas vezes à evasão⁹ escolar – uma vez que, os estigmas relacionados à menstruação possuem um grande impacto na autoestima destas meninas.

Por esta razão, uma das frentes de combate à pobreza menstrual que demanda atuação está relacionada com adolescentes em idade escolar. A matéria “O que é pobreza menstrual e por que ela afasta estudantes das escolas?”, publicada pelo Senado Federal, revela que, no mundo, 1 a cada 10 meninas faltam às aulas durante o período menstrual, e no Brasil esse número é espantosamente maior: 1 a cada 4 adolescentes deixou de ir à escola pela falta de absorventes (!), e isso faz com que elas percam, em média, 45 dias de aula por ano letivo.

Por fim, também é importante entendermos a realidade das pessoas que não podem pagar por um absorvente. Para contextualização do assunto, o custo da menstruação para algumas pessoas é inimaginável. Veja-se, por exemplo, que o custo médio para comprar absorventes no Brasil é de aproximadamente R\$144,00 por ano. Assim, se considerarmos que 27% da população brasileira vive abaixo da linha da pobreza, sobrevivendo com R\$436,00 por mês segundo o IBGE (2019), o direito básico de ter acesso a tais materiais de higiene passa a ser um luxo ao invés de uma necessidade básica.

O fato de a menstruação ainda ser um grande tabu¹⁰ na sociedade faz com que o acesso à informação seja muito custoso, haja vista que os preconceitos

⁸ Estigma: O que pode ser considerado ou definido como indigno; desonroso (*figurado*).

⁹ Evasão: Ação de abandonar algo; desistência.

¹⁰ Tabu: Que não se pode fazer uso, dizer, comentar por crença, religião, fé, pudor ou respeito.

subjacentes¹¹ ao tema minam o conhecimento¹² e transformam o solo fértil da educação em um ambiente hostil¹³ para o aprendizado, o que culmina¹⁴ no afastamento das pessoas mais interessadas sobre o assunto e torna, dia após dia, a menstruação mais um dos fatores que agravam a desigualdade de gênero.

Diante dos dados apresentados, é possível entender que a pobreza menstrual se sustenta em dois principais pilares: de um lado, a falta de acesso ao conhecimento sobre o assunto e, do outro, a inacessibilidade dos produtos de higiene relacionados à menstruação. Por isso, o jogo do GB dessa gestão pretende trabalhar esses dois pontos, buscando assim, uma forma de colaborarmos com a nossa parte nessa causa tão necessária.

Ao longo do caminho aprenderemos um pouco mais sobre a menstruação e os seus impactos na vida das pessoas, criando possibilidades para ajudar aqueles que precisam. Para acompanhá-las na jornada, disponibilizaremos materiais informativos como artigos, documentários, vídeos *etc.* para aumentar o nosso campo de conhecimento.

Esperamos que esse tema fomenta o interesse de vocês e possibilite a troca de experiências, a ampliação do conhecimento e reacenda a chama da filantropia!

A divulgação da Campanha anual ocorrerá através das páginas oficiais do Grande Bethel do estado de São Paulo nas redes sociais, em que serão divulgadas todas as informações relativas ao Projeto Social e às atividades propostas no Jogo do GB. O comprovante deve ser enviado, até a data previamente estipulada, pelo preenchimento do formulário disponibilizado no *Linktree* no *Instagram* @fdjsaopaulo. E fiquem atentas: as atividades contarão pontos para o Programa de Pontos do Grande Bethel do estado de São Paulo!

*“parece que é deselegante
falar da minha menstruação em público
porque a verdadeira biologia
do meu corpo é real demais
é legal vender o que*

¹¹ Subjacente: Que está oculto, não expresso, implícito, subtendido (*figurado*).

¹² Minam o conhecimento: Enfraquece o conhecimento de forma lenta (*figurado*).

¹³ Hostil: Que se expressa de forma violenta ou agressiva.

¹⁴ Culmina: Alcança o auge, o ponto mais importante.

*uma mulher tem entre as pernas
mas não é tão legal
mencionar suas entranhas
o uso recreativo deste
corpo é considerado
uma beleza mas
sua natureza é
considerada feia”
Outros Jeitos de Usar a Boca – Rupi
Kaur*

CRONOGRAMA

 **Agosto 2021:** Assistir a um documentário relacionado ao tema da pobreza menstrual e fomentar discussões com as irmãs.

 **Setembro 2021:** Início da Primeira Filantropia. Identifique pelo menos três redes de apoio ao combate à pobreza menstrual, como ONGs, entidades religiosas, associações de bairro, organizações sem fins lucrativos ou pessoas físicas, desde que sejam escolhidas ao menos 5 pessoas, e escolha uma das redes de apoio, de forma fundamentada, para apoiá-la nos próximos três meses. Indique aproximadamente quantas pessoas serão ajudadas com a campanha e, se possível, a idade e o gênero de cada uma delas.

 **Outubro 2021:** Promovam um evento para arrecadação de fundos, como, por exemplo, a venda de rifas, realização de bingos ou arrecadação dos próprios produtos de higiene, com enfoque nos absorventes tradicionais e/ou calcinhas.

Os Bethéis que **não cumpriram** o desafio de setembro devem, também, neste mesmo mês, indicar pelo menos três redes de apoio ao combate à pobreza menstrual, como ONGs, entidades religiosas, associações de bairro, organizações sem fins lucrativos ou pessoas físicas, desde que sejam escolhidas ao menos 5 pessoas, e escolha uma das redes de apoio, de forma fundamentada, para apoiá-la nos próximos três meses, indicando aproximadamente quantas pessoas serão ajudadas com a campanha e, se possível, a idade e o gênero de cada uma delas.

🌈 **Novembro 2021:** Concomitantemente à promoção de evento para arrecadação de fundos, realizem um debate aberto com a(s) rede(s) de apoio escolhida(s).

Os Bethéis que não cumpriram o desafio proposto nos meses de setembro e outubro devem, também, fazê-lo neste mês.

🌈 **Dezembro 2021:** Fim da Primeira Filantropia. Com os fundos arrecadados nos meses de outubro e novembro, adquiram os produtos e façam a doação à(s) rede(s) de apoio escolhida(s). Indiquem quais produtos e em quais quantidades foram doados.

🌈 **Janeiro 2022:** Converse com as irmãs de seu Bethel sobre como vocês lidam com o ciclo menstrual, compartilhando experiências pessoais, caso se sintam confortáveis, quantos absorventes são utilizados por mês e assim por diante.

🌈 **Fevereiro 2022:** Início da Segunda Filantropia. Escolha uma nova rede de apoio, de forma fundamentada, para apoiá-la nos próximos três meses. Indique aproximadamente quantas pessoas serão ajudadas com a campanha e, se possível, a idade e o gênero de cada uma delas.

🌈 **Março 2022:** Promovam um evento para arrecadação de fundos, como, por exemplo, a venda de rifas, realização de bingos ou arrecadação dos próprios produtos de higiene, com enfoque nos absorventes tradicionais e/ou calcinhas.

Os Bethéis que não cumpriram o desafio de fevereiro devem, também, neste mesmo mês, indicar de forma fundamentada a rede de apoio escolhida.

🌈 **Abril 2022:** Concomitantemente à promoção de evento para arrecadação de fundos, entreviste no mínimo 4 e no máximo 7 pessoas, entre homens e mulheres, sobre os seus conhecimentos acerca da pobreza menstrual.

Os Bethéis que não cumpriram o desafio proposto nos meses de fevereiro e março devem, também, fazê-lo neste mês.

🌈 **Maio 2022:** Fim da Segunda Filantropia. Com os fundos arrecadados nos meses de março e abril, adquiram os produtos e façam a doação à(s) rede(s) de apoio escolhida(s). Indiquem quais produtos e em quais quantidades foram doados.

🌈 **Junho 2022:** Faça um vídeo curto para as redes sociais explicando o engajamento do Bethel no combate à pobreza menstrual no último ano, divulgando as filantropias realizadas e marcando o Grande Bethel.

ONDE ENCONTRAR O FORMULÁRIO?

- 1) Acesse nosso instagram pelo link: <https://www.instagram.com/fdjsaopaulo/>
- 2) Na nossa bio, você encontrará o link indicado na imagem abaixo:



- 3) Clique nele e aparecerá essa tela e acesse o item indicado



- 4) Depois de acessar “Jogo do GB – Formulário de Envio”, você terá acesso ao nosso formulário! Então preencha – o e envie para nós!



III Gestão – 2021/2022

www.filhasdejosp.org | @fdjsaopaulo | filhasdejosp@gmail.com