



# *Cambiando las reglas*

REPORTAJE AUDIOVISUAL

**Autoras:** Qian Qian Du Wan  
Lucia Montero Amiguet

**Tutora:** Maria Teresa Latorre Lázaro

**Trabajo final de grado**  
**Línea C1. Reportaje audiovisual**

**Grado en Periodismo**

**Curso 2021/2022**

## RESUM:

El reportaje *Cambiando las reglas* es un trabajo audiovisual que tiene dos objetivos. El primero es abordar la menstruación de una manera integral para conocer todas sus posibles implicaciones en las distintas áreas de nuestro día a día: Política, salud, economía, medioambiente y educación. Es por ello que este proyecto no solo está dirigido a las mujeres, sino que también está destinado a todas aquellas personas concienciadas en las temáticas sociales.

Por otro lado, este proyecto audiovisual quiere arrojar luz sobre las alternativas que hay a los productos de higiene menstrual convencionales: cuáles son y qué beneficios e inconvenientes tienen. Una encuesta de 2021 demostraba que al 80% de las mujeres que hacen uso de compresas y tampones de un solo uso les gustaría pasarse a métodos más sostenibles, pero apuntaban a la falta de información como el principal obstáculo.

Gracias a este trabajo, la menstruación ya no se plantea como un tema tabú y desconocido, sino que se pone sobre la mesa para ser tratado con naturalidad.

Durante 15 minutos de vídeo, se trata de contestar a preguntas como: ¿Cuántas toneladas de basura se generan debido a compresas, salvaslips y tampones de un solo uso? ¿Cuánto dinero cuesta tener la menstruación? ¿Hay enfermedades relacionadas con los productos de higiene menstrual? ¿Existen alternativas a estos productos convencionales?

## PALABRAS CLAVE:

Menstruación sostenible, medio ambiente, economía, salud, alternativas

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
1.1. Justificación y oportunidad del proyecto	4
1.2. Objetivos del proyecto	4
1.3. Estructura del dossier	5
<b>2. FASE DE PREPRODUCCIÓN</b>	<b>6</b>
2.1. Gestiones realizadas y justificación de las fuentes	6
2.2. Responsabilidades de los miembros del equipo	9
2.3. Plan de preproducción y previsiones de los gastos	10
<b>3. FASE DE PRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
3.1. Enfoque del reportaje	11
3.2. Estructura del reportaje	12
3.3. Grabación y guión	12
<b>4. FASE DE POSTPRODUCCIÓN</b>	<b>13</b>
4.1. Técnica de montaje	13
4.2. Efectos de montaje	13
<b>5. FASE DE EMISIÓN</b>	<b>14</b>
<b>6. VALORACIÓN FINAL</b>	<b>15</b>
6.1. Experiencias adquiridas	15
6.2. Puntos fuertes y puntos débiles	16
<b>7. REFERENCIAS</b>	<b>18</b>
<b>8. EXTENDED SUMMARY</b>	<b>20</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>25</b>
Anexo 1. Calendario de entrevistas	26
Anexo 2. Presupuestos	30
Anexo 3. Plan de preproducción	34
Anexo 4. Guión definitivo	41
Anexo 5. Enlace Reportaje Drive	56

## 1. INTRODUCCIÓN

*Cambiando las reglas* es un reportaje audiovisual que trata de poner sobre la mesa el problema que envuelve a la menstruación para las mujeres. Así, el informe *Reusable & toxic-free menstrual products* (Zero Waste Europe, 2018), determina que los productos menstruales son el quinto ítem más común encontrado en el entorno marino. La preocupación por elegir un modo de vida más sostenible se viene reflejando desde hace años en tendencias de distintos ámbitos (energías renovables, coches eléctricos, *slow fashion*). Así, en tiempos prepandemia, el 23 % de los jóvenes europeos mencionaron el medio ambiente y el cambio climático como uno de los dos problemas más importantes que debían afrontar sus correspondientes países, según el Eurobarómetro (Parlamento Europeo, 2021). Si bien la aparición del COVID-19 supuso un cambio en la lista de problemas más preocupantes entre los jóvenes (la salud pasó a ser el tema principal), en invierno de 2021, el medio ambiente continúa estando entre los primeros, concretamente situado en cuarto lugar.

No es de extrañar, pues, que en el último lustro el número de pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción de productos sostenibles de higiene femenina se haya multiplicado; o que grandes grupos textiles como Primark o Uniqlo también hayan lanzado productos menstruales más ecológicos (García, 2021). Estas iniciativas responden a una demanda creciente, por lo que es importante hacer una radiografía de un sector que aún no se ha librado por completo de la etiqueta de «tabú».

La menstruación sostenible es una idea que, en los últimos años, está ganando gran popularidad y que consiste en apostar por el uso de productos reutilizables de higiene femenina que sean menos dañinos para el medio ambiente y el cuerpo de las mujeres. A través de este trabajo, se muestran los beneficios y los contras del uso regular de productos de un solo uso y también de los productos reutilizables. Y, más allá de eso, también se trata de exponer la falta de educación sexual, la basta diferencia en la inversión de publicidad de productos menstruales convencionales vs reutilizables, así como el importante papel que juegan las instituciones.

## 1.1. Justificación y oportunidad del proyecto

Al comienzo de la producción de este proyecto, decidimos que la oportunidad del reportaje la podíamos encontrar en la falta de información que existe en la actualidad sobre los productos de higiene femenina sostenibles. Para ello, nos apoyamos en una encuesta realizada por la empresa de productos sexuales Plátano Melón (La Vanguardia, 2021), según la cual, el 80 % de las mujeres que hacen uso de compresas y tampones de un solo uso preferiría pasarse a un sistema reutilizable, sin embargo, el desconocimiento o la escasez de información sobre este tipo de productos suponen el principal obstáculo para su utilización.

Sin embargo, cuando ya teníamos decidida la oportunidad, la justificación y el enfoque, el Consejo de Ministros aprobó en mayo el Anteproyecto de Ley Orgánica por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2010, de 3 de marzo, de salud sexual y reproductiva y de la interrupción voluntaria del embarazo. La aprobación de este anteproyecto pone encima de la mesa problemas relacionados también con la menstruación femenina (Zornoza, 2022). La higiene femenina se colocó durante días entre los primeros temas de la agenda pública nacional, de modo que reaccionamos ante esta gran oportunidad que nos presentaba la actualidad y decidimos incluirla en nuestro enfoque.

La actualidad informativa nos brindaba la oportunidad de abordar el tema de una forma más integral, dentro del contexto de la salud de la mujer y de las políticas medioambientales y de igualdad. Nuestro nuevo enfoque más social y más político, amplía el foco y también la potencial audiencia de nuestro reportaje. La menstruación sostenible, desde todos los puntos de vista -económico, medioambiental y de salud-, no es un tema de mujeres, es un tema de interés para cualquier espectador preocupado por cuestiones sociales.

## 1.2. Objetivos del proyecto

El proyecto audiovisual *Cambiando las reglas* quiere cumplir grandes objetivos. Entre los más relevantes, se pueden destacar:

- Explicar las implicaciones sociales y medioambientales derivadas de la menstruación (educación sexual, políticas, publicidad, acceso...).

- Visibilizar, normalizar y romper el tabú que existe hacia la regla y la higiene femenina.
- Brindar un nuevo punto de vista respecto a los productos de higiene femenina convencionales, así como dar a conocer aspectos que suelen obviarse en estos. Contar toda la verdad sobre ellos.
- Dar a conocer alternativas eficaces, que respetan el medioambiente y protegen la salud femenina.
- Con esta amplia variedad de alternativas reutilizables, ofrecer a la mujer la información necesaria para que pueda elegir el método que mejor se adapte a su situación personal, a su cuerpo y a sus necesidades. Educar sin imponer.
- Concienciar, no solo a las mujeres, sino al público en general, sobre la problemática que envuelve la menstruación convencional y lo que conlleva.
- Brindar al espectador fuentes y testimonios oficiales que le aporten seguridad y conocimiento experto en caso de querer hacer un cambio hacia la menstruación sostenible.
- Desarrollar y mejorar nuestras capacidades de trabajo en equipo, organización del tiempo, reparto de tareas y coordinación a un nivel más profesional de cara a nuestro futuro laboral.
- Llevar a cabo un proyecto con el que nos sintiéramos reflejadas y pudiésemos poner en práctica todos los conocimientos aprendidos en el Grado de Periodismo.

### 1.3. Estructura del dossier

El presente documento está estructurado y organizado siguiendo los pasos cronológicos realizados para llevar a cabo el reportaje audiovisual, siendo las fases de preproducción, producción y postproducción las principales.

En la primera fase, la de preproducción, comenzó el proceso. Desde un primer momento deseábamos realizar un reportaje audiovisual con el que sentirnos identificadas y con el que pudiéramos analizar algún aspecto de la vida diaria. Es en este momento cuando nos dimos cuenta de la vaga información que existe sobre la menstruación.

Posteriormente, una vez decidido el tema, se hizo un primer borrador de preguion en el que identificamos qué estructura queríamos seguir y de qué manera se iban a dividir las secuencias del producto final. Tras ello, comenzó la fase de producción en la que contactamos con las fuentes que nos interesaban y programamos los diferentes días para grabar las entrevistas. Igualmente, durante esta fase fuimos grabando imágenes recurso.

Finalmente, fue en la etapa de postproducción y con todo el material en bruto, donde dividimos las tareas y comenzamos con la edición y la maquetación. En los anexos se encuentra toda la información necesaria para ampliar y conocer al detalle las etapas.

## **2. FASE DE PREPRODUCCIÓN**

La primera etapa de este proyecto se basó en la concepción total de la idea. ¿Qué queríamos contar? Haciéndonos esta pregunta encontramos la respuesta. Es, sin ninguna duda, una de las etapas más importantes del proceso. En esta fase se comienza a definir la idea y a investigar y documentar sobre el tema elegido.

Para ello, dedicamos gran parte del tiempo a buscar estudios, reportajes, noticias y encuestas que tratasen la menstruación y los productos relacionados con ella, tanto de un solo como sostenibles. Al mismo tiempo, llevamos a cabo el primer contacto con las fuentes de información que aportarían valor a nuestro reportaje.

Otros puntos importantes a destacar en esta fase son la preparación del cuestionario y la del preguion y las primeras tomas de contacto con el material de grabación (cámaras, trípodes, micrófono inalámbrico...) para asegurarnos de que sabíamos cómo manejarlo y controlarlo.

### **2.1. Gestiones realizadas y justificación de las fuentes**

Con el objetivo de obtener una amplia variedad de fuentes que pudiesen ofrecernos conocimientos expertos desde diferentes puntos de vista y resultasen útiles para el espectador, centramos nuestros objetivos en cubrir tres vertientes: medioambiente, salud y economía. Con esta idea, entrevistamos a siete fuentes expertas que han

aportado información, han dado valor al reportaje y han mostrado las diferentes perspectivas.

A la hora de elegir las fuentes, cabe destacar que apostamos por entrevistar únicamente a mujeres, ya que se trataba de un proyecto por y para ellas. Por este motivo, convertir a nuestras elegidas en las protagonistas era uno de nuestros principales objetivos.

Por una parte, se entrevistaron a personas que están involucradas directamente con el mundo de la menstruación sostenible. Concretamente, dos mujeres cuyos negocios se basan en la producción de productos menstruales sostenibles. Por un lado, **Gemma Vilalta**, CEO de la empresa Nushü, dedicada a la producción y venta de compresas de tela, copas menstruales y esponjas marinas, entre otros. Gemma Vilalta fue nuestra primera entrevistada. El primer contacto fue a través del correo electrónico que aparecía en la web de la tienda y, una vez intercambiados los números de teléfono, se concretó una entrevista en su taller, ubicado en Canet de Mar, Cataluña. Dada la naturaleza de su negocio, quisimos incluirla en nuestro reportaje para que nos mostrase su visión y nos contase su historia.

**Paloma Alma**, fundadora y CEO de la tienda de productos sostenibles Cyclo. El primer contacto con Alma fue a través de un correo electrónico a su secretaria. Se nos informó que Paloma no concedía entrevistas individuales. Sin embargo, pudimos concretar una reunión de manera virtual en la que resolvió nuestras dudas. Su información fue de gran utilidad para nuestro reportaje, ya que nos ofrecía un punto de vista de alguien inmerso en el negocio de la menstruación sostenible y con años de experiencia.

En cuanto a la vertiente más enfocada a la salud, entrevistamos a dos expertas. En primer lugar, **Nereida Hidalgo**, farmacéutica de la farmacia Lloris-González de Burriana. Contactamos con Nereida a través de otra farmacéutica, quien nos aconsejó entrevistar a Nerea debido a sus amplios conocimientos sobre la temática. Nereida nos aportaba al reportaje una visión más real y cotidiana de cómo, en el día a día, se estaba desarrollando la menstruación sostenible en su farmacia.

Por otro lado, **Teresa Ribera**, matrona y profesora asociada del Grado de Enfermería en la Universitat Jaume I. Nuestro primer contacto con ella fue a través de otra de las entrevistadas, María Pérez. Teresa cargaba a sus espaldas años de experiencia relacionados con la salud femenina. Además, viajó a África, donde pudo desarrollar más sus conceptos sobre la menstruación sostenible. Su testimonio aportó gran valor a nuestro trabajo. Nos desplazamos hasta su residencia habitual en Valencia para poder grabarla.

**Mar Albaráñez**, coordinadora de la ONG BIOagradables. Conocimos la ONG a través de Internet y mandamos un correo electrónico explicando nuestro trabajo y qué podían aportar ellos si estaban interesados en participar. Mar fue la persona que nos contestó, además nos facilitó su número de teléfono y así programamos su entrevista para el día que el grupo realizaba un muestreo de residuos en la Playa de la Devesa (Valencia). Mar nos aportó el punto de vista más experto relacionado con el medioambiente y datos exactos, actuales y realistas sobre el problema ecológico.

Por último, también quisimos añadir fuentes relacionadas con el mundo de la política para que nos explicaran qué se estaba haciendo desde las instituciones en cuanto a la menstruación.

**María Pérez**, representante legal de la ILP 3 Voltes Rebel y secretaria general de Esquerra Republicana del País Valencià. Contactamos con María a través de correo electrónico. Rápidamente, María nos facilitó su número de teléfono y se interesó por el reportaje, de tal modo que nos puso en contacto también con Elo y Teresa. En el mismo momento en el que concretamos el día de la entrevista, también cerramos la de Elo Chamarro. 3 Voltes Rebel es una iniciativa legislativa popular cuyo principal objetivo es conseguir la gratuidad de los productos sostenibles de higiene femenina en el territorio valenciano. Realizamos la entrevista en las oficinas de Esquerra Republicana en Valencia. Una vez en su despacho, su testimonio nos aportó una visión más politizada del problema.

Por último, el mismo día y en el mismo lugar que María Pérez, entrevistamos a su compañera **Elo Chamarro**, secretaria de feminismes de Esquerra Republicana del País Valencià. Su entrevista se realizó en un despacho diferente, pero también dentro de las oficinas del partido.

Los testimonios de todas las entrevistadas pueden observarse en el anexo en el preguion (**Anexo núm. 4**). Además, todas las participantes han cedido sus derechos de imagen para poder ser grabadas y utilizar sus imágenes con fines académicos y divulgativos. También se han solicitado los permisos necesarios para poder grabar en los espacios públicos y privados que aparecen en el reportaje.

## 2.2. Responsabilidades de los miembros del equipo

Nuestro equipo se ha organizado a través de la colaboración y la flexibilidad. En el inicio de este proyecto, tuvimos que cuadrar de manera muy eficaz las agendas, ya que ambas miembros del grupo contamos con trabajos que nos ocupan gran parte del tiempo. Sin embargo, nada más se aprobó nuestra propuesta de proyecto, comenzamos con la elaboración del preguion y con la búsqueda de fuentes a entrevistar. Al mismo tiempo, redactamos los cuestionarios de las entrevistas. Una vez concretadas las personas elegidas para entrevistar, nos dividimos y nos pusimos en contacto con ellas para ir programando el día de la entrevista de manera que cuadrara con el horario de trabajo de ambas. Esta organización se puede ver reflejada en el calendario de entrevistas (**Anexo núm. 1**)

Durante la producción, rotábamos las funciones y responsabilidades. En la primera entrevista, Lucia era la que conducía las entrevistas y preparaba los cuestionarios y Qian se ocupaba de la parte más técnica y del manejo de cámaras, micros e iluminación. Pero en las siguientes entrevistas, cambiamos nuestros papeles y nos íbamos intercambiando las funciones.

En la fase de postproducción, ambas nos encargamos de la parte técnica y nos dividimos las tareas. Primero comenzó Qian encargándose de los cortes para obtener los clips. Lucia trabajó la parte más visual (corrección de color, segundos planos...). Sin embargo, las dos dedicamos el mismo tiempo a la edición para obtener el mejor resultado posible.

Para la memoria final, hemos asignado partes a repartir, pero también hemos mantenido el trabajo en equipo revisando cada una el trabajo de la otra.

### 2.3. Plan de preproducción y previsiones de los gastos

Tras haber dejado claro los primeros pasos del reportaje con la elección de las fuentes y las localizaciones donde entrevistarlas, comenzamos a elaborar el plan de preproducción (**Anexo núm. 3**) y las preguntas para cada entrevista. Crear un plan de preproducción nos permitió concretar fechas para preparar los materiales de grabación que necesitaríamos y organizar al equipo humano.

#### **Material técnico**

Para la realización del presupuesto correspondiente al material, hemos intentado establecer unos parámetros medios siguiendo como ejemplo páginas web de alquiler o compra de material audiovisual como AlquilaVisual o AVisual Pro. (**Anexo núm. 2**).

#### **Equipo humano**

El equipo humano está conformado por dos personas, Qian y Lucia, quienes han sido las responsables de producir todo el proyecto. Decidimos que lo más sencillo y justo es establecer un salario en base al salario mínimo interprofesional establecido para el año 2022. De esta manera, los gastos destinados al equipo humano son:

Salario Mínimo Interprofesional en España en 2022: **1 000 €** brutos/ mes

Salario Qian Qian Du Wan: **1 000 €**

Salario Lucia Montero Amiguet: **1 000 €**

TOTAL: **2 000 €**/mes

	<b>Meses trabajados</b>	<b>TOTAL</b>
2 000 €	6	12 000 €

#### **Transporte**

Como medio de transporte para llegar a los lugares donde teníamos programado grabar las entrevistas, elegimos el coche, pues decidimos que sería la manera más fácil de movernos y, al final, el gasto en gasolina dividido entre dos nos parecía asumible. Así, se estimó que ir en coche a las diferentes localidades nos costaría

aproximadamente unos 150 €. Aunque finalmente el importe fue menor (**Anexo núm. 2**), desde un principio preferimos hacer una estimación a la alza.

### 3. FASE DE PRODUCCIÓN

#### 3.1. Enfoque del reportaje

La menstruación es un tema que queríamos tratar en nuestro trabajo de manera natural, como el proceso biológico e innato en las mujeres. Para nosotras era importante hablar de las alternativas a compresas, salvaslips y tampones que existen en el mercado porque además de la encuesta de Plátanomelón, en nuestro propio entorno nos hemos dado cuenta de que hay mucha desinformación sobre copas menstruales y otros productos reusables. No obstante, también queríamos tratar el tema desde una perspectiva más amplia, que abarque la sostenibilidad, la economía y la salud de las mujeres sin dejar de lado el contexto en que se sitúa el reportaje.

Nos encontramos en un contexto en el que las políticas medioambientales y de igualdad han ganado espacio en el debate político y en la esfera pública. Movimientos como la ILP 3 Voltes Rebel o la aprobación del Anteproyecto de Ley Orgánica impulsada desde el Ministerio de Igualdad de la ministra Irene Montero son una prueba de ello. Los canales de comunicación además han cambiado. Más allá de la televisión, hoy en día obtenemos información a través de otras vías como las propias redes sociales, un medio de difusión mucho más asequible para las pequeñas y medianas empresas que se dedican a los productos sostenibles.

#### 3.2. Estructura del reportaje

*Cambiando las reglas* se divide en temáticas. Puesto que, tras la investigación y la documentación sobre el tema, sabíamos que deberíamos condensar mucha información en tan solo quince minutos de material audiovisual, consideramos que dividir el reportaje en bloques temáticos sería la opción más eficiente y la que nos permitiría incluir la mayor cantidad de información.

El reportaje se ha diseñado con una voz en off que es el hilo conductor del vídeo. Esta voz en off presenta el punto de partida informativo de la pieza y el enfoque que

seguirá el reportaje. Además, lanza una serie de preguntas que se tratarán de responder a lo largo del reportaje. Esta voz en off también se usa para introducir los distintos bloques temáticos.

### 3.3. Grabación y guión

En la etapa de preproducción, el equipo decidió que se usarían dos cámaras de vídeo para grabar todas las entrevistas. De esta manera, una cámara sería la principal y a ella iría conectado el micrófono inalámbrico que captaría el testimonio de las fuentes, y la otra cámara se utilizaría para grabar primeros planos. Así, nos asegurábamos tener dos planos distintos de cada entrevistada que podríamos intercalar en el producto final para que el ritmo del vídeo fuera más dinámico.

Una vez grabadas las entrevistas, construimos el guión definitivo de montaje (**Anexo núm. 4**), adaptando el preguion diseñado en la etapa de preproducción al resultado de las grabaciones. Es en este momento cuando se hace un minutaje de todas las entrevistas, el cual servía a varios propósitos: 1) poder seleccionar los totales definitivos; 2) facilitar la localización de los totales durante el proceso de montaje; 3) redactar el off final con la información obtenida en las etapas previas.

El proceso de minutaje y, sobre todo, la selección de totales definitivos fue un proceso largo y difícil, pues contábamos con una gran cantidad de información que debíamos condensar para no pasarnos del tiempo máximo. Por otra parte, tuvimos que descartar la entrevista que realizamos a Paloma Alma debido a que hubo problemas durante la grabación. Sin embargo, pudimos aprovechar la información que nos ofreció y usarla en la voz en off.

## 4. FASE DE POSTPRODUCCIÓN

### 4.1. Técnica de montaje

El software de edición que se ha usado es el programa Adobe Premiere Pro en su versión de 2022. Las técnicas de montaje empleadas en el proyecto son básicamente dos: el corte y la transición. El corte es la técnica más sencilla y usada a la hora de montar cualquier trabajo visual o sonoro. Permite aportar dinamismo además de escoger solo la información que le interese a los directores de un

proyecto. En nuestro caso, también hemos hecho uso de las transiciones, tanto en vídeo como en audio. No obstante, esta técnica no es usada con frecuencia durante el vídeo, más bien se ha empleado únicamente en determinadas ocasiones como se puede observar en el guion definitivo (**Anexo núm. 4**).

Por último, la fase de postproducción estuvo supeditada a diferentes actualizaciones y cambios. En concreto, tuvimos que darle una vuelta de 360° al orden del reportaje, ya que entró en el Congreso el Anteproyecto de Ley Orgánica por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2010, de 3 de marzo, de salud sexual y reproductiva y de la interrupción voluntaria del embarazo. Por este motivo y debido a su importancia periodística, adaptamos nuestro trabajo a este acontecimiento y lo convertimos en el eje clave para desarrollar el tema.

#### 4.2. Efectos de montaje

Una vez terminado el minutaje del bruto de las entrevistas y seleccionados los cortes que queríamos incluir en el proyecto final, pasamos la información al guion definitivo (**Anexo núm. 4**) que sería imprescindible para el montaje de los clips. Es en este momento cuando nos pusimos en busca de la canción que queríamos poner en la introducción del vídeo.

Finalmente nos decidimos por la canción *We Kick It like No One Else* de Gloria Tells. Esta canción es de carácter Royalty Free, lo que significa que pagando una suscripción a la web de donde procede, Epidemic Sound, se adquieren los derechos de explotación y, además, se adapta muy bien al estilo de vídeo.

Lo último que faltaba una vez montados los clips, era, por un lado, hacer una corrección de audio para asegurar que las diferentes entrevistadas se escuchaban al mismo nivel, y, por otro lado, hacer una corrección de color. Como las entrevistas habían tenido lugar en días y lugares distintos y con condiciones lumínicas diferentes, corregir los niveles de exposición, las sombras, los blancos y los negros, la temperatura y la tinción fue un proceso clave para conseguir dar uniformidad al vídeo final. Cada clip fue editado de manera manual aprovechando las amplias opciones de tratamiento de vídeo que ofrece Adobe Premiere. Sobre el audio, también se hicieron varios retoques en la voz en off (ecualización paramétrica,

eliminación de chasquidos automática, mastering para darle una claridad sutil a la voz, compresión multibanda para dar un sonido constante y reducción de ruido).

## 5. FASE DE EMISIÓN

Puesto que uno de los objetivos es dar a conocer las diferentes opciones ecológicas a los productos menstruales de un solo uso, nuestro público objetivo deben ser principalmente las mujeres que están en edad de menstruar (entre los 12 y los 45 años) y que cuenten con los recursos económicos suficientes como para poder comprarse una copa menstrual o unas bragas absorbentes, pues el precio de estos productos más sostenibles puede ser hasta siete veces más caro que un paquete de compresas de usar y tirar. A este grupo de interés o target, también se debe sumar y tener en cuenta a aquellas personas concienciadas con el cuidado y respeto por el medioambiente, ya que a través de nuestro trabajo logramos una mayor concienciación sobre el problema.

Si bien es importante que se conozcan todas las opciones, como bien nos explicó una de las fuentes, no es realista pretender que todo el mundo se pase a usar la copa menstrual cuando hay personas que ni siquiera tienen acceso al agua para lavar su ropa y que, por tanto, no disponen de las condiciones necesarias para hacer un uso adecuado de la copa, asegurando una correcta higiene.

Debido a su duración, *Cambiando las reglas* es un reportaje que podría emitirse en un programa de televisión como *Informe Semanal*, pues este programa de RTVE tiene una duración de media hora durante la cual se suelen hablar de dos temas diferentes en formato de dos reportajes de unos quince minutos cada uno. Además, las temáticas que suelen tratar son varias (internacional, social, cultural). Otra opción a tener en cuenta en la fase de emisión es Internet, pues es innegable que esta red se está convirtiendo en el principal medio para informarse y comunicarse de las nuevas generaciones. Concretamente, *Cambiando las reglas* se podría publicar en plataformas como Youtube. La agencia de noticias EFE, por ejemplo, cuenta con un canal (EFEsalud) donde publica videoblogs, entrevistas y reportajes multimedia.

## 6. VALORACIÓN FINAL

### 6.1. Experiencias adquiridas

La realización de este reportaje audiovisual nos ha permitido poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de una manera totalmente práctica y autónoma. No obstante, si bien es cierto que en varias asignaturas del grado se practica la producción de contenido audiovisual, al comienzo del trabajo uno de los temas que más nos preocupaban a ambas era el tener que lidiar con el manejo y el control de los materiales de grabación como cámaras, micrófonos o LEDs. Nuestro objetivo académico ha sido, desde el principio, tratar de conseguir la mejor calificación posible. Por ello, éramos conscientes de que era imperativo saber manejar todos los dispositivos, pues, aunque hay elementos que se pueden retocar en la fase de postproducción, tampoco se pueden obrar milagros y contar con un bruto de imágenes y audios bien grabados desde el principio es esencial.

Otro aspecto que nos inquietaba un poco era la postproducción y, concretamente, la corrección de color en Adobe Premiere Pro, pues ninguna de nosotras ha tenido demasiado contacto con este programa aparte de en algunas ocasiones para asignaturas del grado. Para suplir nuestra falta de conocimiento recurrimos a tutoriales de varios canales en YouTube donde se explicaba cómo hacer correcciones de color y de audio.

Por todo esto, consideramos que la ejecución del reportaje nos ha permitido, sobre todo, adquirir experiencia en dos ámbitos: primeramente, en el manejo de los materiales de grabación y, en segundo lugar, en la edición de vídeos en Adobe Premiere Pro.

Finalmente, tras las valoraciones de nuestra tutora y los cambios recomendados, hemos sabido mejorar nuestro rigor periodístico y demostrar nuestras habilidades para adaptarnos a las diferentes dificultades. A través de los cambios, tanto en estructura como en enfoque, hemos podido demostrar nuestra capacidad de adaptabilidad a las circunstancias, ya que el periodismo requiere un gran esfuerzo para poder hacer frente a los cambios en las agendas pública y política.

## 6.2. Puntos fuertes y puntos débiles

*Cambiando las reglas* es un reportaje que hemos realizado con mucho esfuerzo y tratando siempre de hacerlo lo mejor posible. No obstante, tiene tanto puntos fuertes como puntos débiles.

Entre los puntos fuertes, creemos que el reportaje cuenta con una gran cantidad de imágenes. Por ejemplo, durante las entrevistas siempre grabamos planos medios cortos y primeros planos. Además, grabamos una buena cantidad de imágenes recurso, pues sabíamos que serían vitales para aportar ritmo al vídeo.

Consideramos que, teniendo en cuenta que tampoco somos profesionales ni hemos tenido un contacto regular y continuo con un software de edición como Adobe Premiere, hemos realizado un buen trabajo en edición de color. Todas las secuencias se han editado para mantener una continuidad y que no hubiera mucha diferencia entre unos planos y otros.

Por otra parte, las fuentes consultadas son profesionales y están estrechamente vinculadas al mundo de la menstruación y los productos de higiene menstrual, hecho que dota al trabajo final de autoridad.

A pesar de los grandes cambios a los que hemos tenido que hacer frente debido a la introducción de la ley del aborto, hemos sabido sacar a adelante este reportaje y adaptarnos a las circunstancias de última hora.

Obviamente, debemos de hacer un ejercicio de autocrítica. Por ello, entre los puntos débiles podemos destacar varios fallos en la fase de producción que se pueden apreciar en el vídeo final. Por ejemplo, durante la entrevista a Teresa Ribera, a pesar de que llevamos el micrófono inalámbrico y este estaba conectado a la cámara, no nos dimos cuenta hasta terminar de que no habíamos configurado correctamente la Sony NX-100 y resultó que el audio que se grabó fue el del micrófono de la propia cámara y no el del micrófono inalámbrico. Esto se evidencia en el vídeo puesto que el resto de entrevistas sí se grabaron con el audio del micro inalámbrico, cuya calidad es mejor.

Respecto a los planos, tras revisar todos los clips, concluimos que algunos podrían haberse grabado desde ángulos mejores o que para la grabación de otros deberíamos haber hecho uso del trípode.

Otro punto importante es el hecho de que nos gustaría haber podido añadir más contraste al reportaje final, bien en forma de mencionar más puntos negativos a los productos sostenibles y ecológicos o bien en forma de entrevistas a personas que trabajan en el mundo de la producción de compresas y tampones de un solo uso. Sin embargo, esto último, aunque se contactó con estas empresas, al ser conglomerados mucho más grandes que las que se dedican a producir, por ejemplo, compresas de tela, no respondieron a nuestros mensajes y nos ha sido imposible dar su punto de vista.

## 7. REFERENCIAS

Canela, J. ( 2022, 31 enero). *Una ILP pionera para garantizar el acceso a los productos en higiene femenina en el País Valencià. Público*. Recuperado 8 de mayo de 2022, de <https://www.publico.es/sociedad/ilp-pionera-garantizar-acceso-productos-higiene-femenina-pais-valencia.html>

Esquerra Republicana (2021). PROJECTE DE LLEI DE GRATUÏTAT DELS PRODUCTES PEL PERIODE [Archivo PDF]. *ILP Tres Voltes Rebel*, 22 <https://ilptresvoltesrebel.org/wp-content/uploads/2021/03/PROPOSICIO-LLEI-3-VOLTES.pdf>

García, J. (2021, 14 octubre). *Uniqlo lanza sus braguitas menstruales como alternativa a tampones, compresas y copas*. *woman.elperiodico.com*. Recuperado 8 de mayo de 2022, de <https://woman.elperiodico.com/lifestyle/salud/uniqlo-braguitas-menstruales?foto=1#galeria-55058-3553499>

La Vanguardia. (2021, 21 octubre). *Un 80% de mujeres que utilizan compresas o tampones preferirían métodos más sostenibles*. Recuperado 8 de mayo de 2022, de <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20211021/7786039/ano-generan-45-000-millones-residuos-menstruales-productos.html>

Ministerio de Igualdad. (2022, junio). *Anteproyecto de Ley Orgánica por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2010, de 3 de marzo, de salud sexual y reproductiva y de la interrupción voluntaria del embarazo*. <https://www.igualdad.gob.es/servicios/participacion/audienciapublica/PublishingImages/Paginas/anteproyecto-lo-salud-sexual-reproductiva-interrup/APLO%20modificaci3n%20LO%202-2010%20audiencia%20p3blica.pdf>

NÜSHU. (s. f.). *Compresas de tela*. Recuperado 8 de marzo de 2022, de <https://www.nushu.cat/es/>

OCU. (2021, 18 enero). *Tener la regla se paga caro*. Recuperado 10 de junio de 2022, de <https://www.ocu.org/salud/bienestar-prevencion/noticias/coste-regla>

Parlamento Europeo. (2021). *Youth in Europe 2021* (N.º 1). <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/files/be-heard/eurobarometer/2021/youth-in-europe-2021/european-youth-2021-report1-en.pdf>

Valdés, I. (2022, 12 mayo). *Las claves de una ley más allá del aborto: un permiso para el último mes de embarazo y hasta cinco días de baja por reglas dolorosas*. El País. Recuperado 10 de junio de 2022, de <https://elpais.com/sociedad/2022-05-12/las-claves-de-una-ley-mas-alla-del-aborto-un-permiso-el-ultimo-mes-de-embarazo-y-hasta-cinco-dias-de-baja-por-reglas-dolorosas.html>

Zero Waste Europe & Comisión Europea. (2018). *Reusable & toxic-free menstrual products*. [https://zerowasteeurope.eu/wp-content/uploads/2018/08/Reusable-toxic-free-menstrual-products\\_August-2018.pdf](https://zerowasteeurope.eu/wp-content/uploads/2018/08/Reusable-toxic-free-menstrual-products_August-2018.pdf)

Zornoza, M. G. (2022, 15 mayo). *España quiere ser pionera en la UE con la baja menstrual*. Público. Recuperado 10 de junio de 2022, de <https://www.publico.es/sociedad/espana-quiere-pionera-ue-baja-menstrual.html>

## 8. EXTENDED SUMMARY

*Cambiando las reglas* is an audiovisual project carried out during five months, between January and May 2022. Menstruation has always been treated as a taboo subject, but today, as reflected in this project, this situation is reversed and it becomes a weapon of power and change. The main objective of this work is to change the existing mentality regarding menstruation and feminine hygiene. Through this audiovisual project, the first objective is to offer a wider range of options so that women can choose how to live their menstruation. On the other hand, it also wants to approach menstruation in a comprehensive way: from politics, health, education and the environment.

The report *Reusable & toxic-free menstrual products* (Zero Waste Europe, 2018), determines that a woman will use, on average over her lifetime, around 12,000 sanitary pads, which equates to 150 kg of waste for every woman in the world. The report also lists menstrual products as the fifth most common item found in the marine environment. This reflects a global and environmental problem.

Many sectors, companies and even countries are committed to environmental change in order to care for the planet, but what about feminine hygiene products? It is clear that they have a negative environmental impact on our planet, but this problem seems to be overlooked.

The 15-minute report explains sustainable alternatives to bring about real and effective change in the feminine hygiene sector. *Cambiando las reglas* wants to get women to judge, evaluate and choose the option that best suits their needs and interests. In this project, it breaks with the lack of knowledge and the taboo that exists about menstruation. It puts menstruation in the spotlight from different perspectives: health, economy, environment and politics.

In order to achieve the set objectives and convey the right idea, the first step is to spend hours searching for information on the subject. In this pre-production phase, it was observed that there was and still is a lack of information related to the world of

sustainable menstruation, as well as a lack of knowledge about these products. Similarly, there was also a lack of information about the negative aspects related to the use of conventional products and their misuse. This situation offered great possibilities to develop a project that could serve as a knowledge tool for the different women. Moreover, with this work we could put the spotlight on a health issue that often does not receive the attention it deserves.

Through the report Reusable & toxic-free menstrual products (Zero Waste Europe, 2018), we learned that a woman will use an average of 12,000 sanitary pads in her lifetime, which is equivalent to 150 kg of sanitary pads for every woman in the world. In this report, menstrual products are also mentioned as the fifth most common item found in the marine environment. We were shocked by this fact and wanted to put the spotlight on this problem.

During the pre-production phase, we carried out basic organizational tasks such as the creation of the script and the questionnaires to be used in the interviews.

The sources of information in this report are the driving force behind this work. We decided to use the expert sources as the main thread of the story and, for our part, only include a voice-over without overusing it too much.

There are many questions surrounding the world of menstrual hygiene and many unanswered questions that women have. In order to answer all of them reliably and covering different areas, this report relies on the collaboration of seven women protagonists who agreed to participate in the work: **Gemma Vilalta** (CEO of the company Nushü), **Paloma Alma** (founder and CEO of the sustainable products shop Cyclo), **Nereida Hidalgo** (pharmacist), **Teresa Ribera** (midwife and associate professor of the Degree in Nursing), **Mar Albaráñez** (coordinator of the NGO BIOagradables), **María Perez** (legal representative of the ILP 3 Voltes Rebel and general secretary of Esquerra Republicana del País Valencià) and **Elo Chamarro** (secretary of feminism of Esquerra Republicana del País Valencià).

To start with the production phase, the Universitat Jaume I provided us with all the necessary material to carry out a proper recording. The organization of the schedules and planning of the interviews was key in order to gather the collection of the audiovisual material. For the choice of material, we wanted to use that which would make our work easier and give us a good result. To this end, we decided to combine the use of two cameras in order to obtain a greater variety of images for editing.

We conducted most of the interviews in March in person. This also meant travelling to the locations where our interviewees were located, so this necessitated an improvement in the organization of time.. These interviews were a great source of information for our work, as we wanted them to tell the story. However, one of the problems we detected in both the pre-production and production phases was the need for a large number of resource images to complete the story and reflect the ideas we wanted to convey without boring the viewer.

For the locations of the interviews, we moved ourselves at all times. For example, in the case of Gemma Vilalta, we wanted to film in her factory, as it added value to the story. In the same way, with Mar Albañárez, we also went to the place where the waste sampling was carried out. This shoot was one of the most complex, as the weather conditions were terrible for a proper production. Nevertheless, we were able to obtain material, as we put our efforts into it.

Despite some technical problems that we had to deal with, such as an error in the connection with the microphones or some shot errors, we carried out the interviews in the best possible way and therefore, we can be happy with the result obtained. We believe that, as a final reflection and as a proposal for improvement, perhaps we should have included a source that also showed a more objective side of both products (conventional and reusable).

As for the post-production phase, we wanted to spend a great deal of time on it, as we considered it important to present the product in the best possible way. To carry out this step, we spent many hours editing the video using the Premiere application.

With it, we edited the 15 minutes of the report following the scripts we had previously created, so that this editing phase was made easier. Despite taking the time and spending hours learning how to make the most of Premiere, we also experienced complications when it came to, for example, improving the audio. For this, we adjusted the audio levels by equalizing the gains.

To improve the editing and make it easier and faster, we also documented and learned different basic techniques to facilitate this process.

On the other hand, the colour of the images also had to be edited, so that we could achieve a more harmonious video composition between all the interview images. In this colour grading exercise we adjusted the temperature, black and white tones, as well as shadows and contrasts to obtain a balanced and pleasing result.

Once we had more or less the order of the interviews and also the selected clips, we started with the final details. These include the credits and the title. In this editing phase, we wanted to reflect the strongest points of the interviews, those where the most important topics were discussed. In order to make the report more rhythmic and not tiring, we decided to intersperse shorter clips. In this post-production process we also had to face a problem with the music, as our edition followed the rhythm of Aretha Franklin's song *Respect*, which is copyrighted and we could not include it. That is why we looked for an alternative that would transmit the same sensations and fit in the best way with the edition we had previously made.

At all stages, both members have worked together to achieve the best possible result. With the report *Cambiando las reglas* we want to reach as many people as possible in order to raise awareness and bring about real change.

Despite the fact that we had a very defined focus in our reportage, this was altered after the new Abortion Law was put on the table in Spain. With this new look, we decided to go for a more comprehensive approach to show how menstruation is related to all areas of our daily lives. Therefore, this audiovisual work is also addressed for all those people who are aware of the social issues that affect today.

In conclusion, the purpose of this project becomes broader and more ambitious: Provide women with a wider range of possibilities for living their menstruation and, once they are aware of the pros and cons of all the products available on the market, to choose the one that best suits their lifestyle or needs. In addition, to raise society's awareness of menstruation, to break taboo and to support a change towards sustainability.

In this way, sustainable menstruation becomes a way of life, a way of contributing to climate change with a simple gesture, and a way of supporting a product that is beneficial to women's health. This report, despite possible flaws and shortcomings, aims to be a window to knowledge about menstruation, a break with the taboo of feminine hygiene and, above all, a tool for social education.

*Cambiando las reglas* becomes the reflection of a journalistic work in which we have experienced this profession at first hand. A job like this report requires a great development of journalistic skills and knowledge to achieve the best result.

# ANEXOS

## Anexo 1. Calendario de entrevistas

### FEBRERO 2022

	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
				Elaboración preguión, selección de fuentes, primer borrador de preguntas	Elaboración preguión, selección de fuentes, primer borrador de preguntas	
21	22	23	24	25	26	27
Contactar con -ILP 3 Voltes Rebel -Ecologistes en Acció Vila Real -Amparo Prades -Inés Ylla, Period Spain			Contactar con -PlatanoMelón -Gemma Vilalta, Nushu -Ecologistas en Acció Valencia	Contactar con -Paloma Alma, CYCLO -Eva Maria Moya, profesora ginecología		
28						

**MARZO 2022**

	1	2	3	4	5	6
	Contactar con Daniel Antonio Pérez Corella, profesor UJI ginecología		Contactar con Mar Albaráñez, BIOagradables	15:00 Recogida material LABCOM		11:30 Entrevista <b>Gemma Vilalta</b> - Nushu  Canet de Mar
7	8	9	10	11	12	13
8:30 Devolver material LABCOM	Contactar con Nereida Hidalgo			Contactar con José Antonio Lluca, profesor de ginecología UJI		
14	15	16	17	18	19	20
	15:30 Entrevista Nereida Hidalgo			15:00 Recogida material LABOM		
21 MAGDALENA	22	23	24	25	26	27
	Entrevista Teresa Ribera, matrona y profesora laboral asociada UJI				9:00-11:00 Muestreo basura playa <b>BIOagradables</b> 11-12h Entrevista	

					Entre 13-14h Entrevistas ILP 3 Voltes Rebel - <b>María Pérez</b> , representante legal - <b>Elo Chamarro</b> , secretaria feminismos ERPV	
<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>31</b>			
8:30 Devolver material LABCOM						

**ABRIL 2022**

				<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14 SEMANA SANTA</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>

<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>
<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	
<b>Inicio fase postproducción</b>				14:00 Entrevista con Paloma Alma, fundadora de CYCLO		

## Anexo 2. Presupuestos

### Presupuesto final de transporte y desplazamiento

#	Fecha	Desplazamiento	Kilómetros	Importe
1	6/03/2022	Castellón-Barcelona Barcelona-Castellón	660	70 €
2	15/03/2022 2	Castellón-Burriana Burriana-Castellón	26	2,75 €
3	22/03/2022 2	Castellón-Valencia (Ruzafa) Valencia-Castellón	172	18,24 €
4	26/03/2022 2	Castellón-Valencia (Playa de la Devesa del Saler) Valencia-Castellón	212	22,48 €
5	29/04/2022 2	Castellón-Burriana Burriana-Castellón	26	2,75 €
			<b>TOTAL: 116,22 €</b>	

## Presupuesto Material

Categoría	Material	Cantidad	Precio	Total
Fotografía	Cámara Sony NX-100	1	69 €/ jornada (alquilavisual)	Precio 7 días = 345 €
	Cámara Panasonic 160	1	59 €/jornada (alquilavisual)	Precio 6 días = 253,7 €
	Batería Sony NX-100	2	9 €/ jornada (alquilavisual)	Precio 7 días x 2 = 90 €
	Cargador batería Sony NX-100	1	2 €/jornada (alquilavisual)	Precio 7 días = 10 €
	Batería Panasonic 160	2	12 €/jornada (alquilavisual)	24 x 6 = 144 €
	Cargador batería Panasonic 160	1	1 €/jornada	Precio 7 días = 5 €
	Trípode de vídeo Manfrotto	2	13,93 €/jornada (avisualpro)	Precio 7 días = 97,5 €
	Tarjeta SD 64 gb	2	2,79€/jornada (avisualpro)	Precio 7 días = 19,5 €
			<b>TOTAL</b>	<b>964,7 €</b>

Categoría	Material	Cantidad	Precio	Total
Audio	Micro de solapa	1	11,25 €/ jornada (avisualpro)	oferta 7 días = 58,50€
	Pilas AA	4	(propias)	0 €
			<b>TOTAL:</b>	<b>58,5 €</b>

Categoría	Material	Cantidad	Precio	Total
Iluminación	Kit 2 Paneles LED + 2 pie de foco	1	35 €/ jornada (avisualpro)	Precio 1 día = 35 €
	Batería panel LED	2	9 €/jornada (alquilavisual)	Precio 7 días x 2 = 90 €
	Cargador batería LED	1	2 €/jornada (alquilavisual)	Precio 7 días = 10 €
	Reflector/difusor 150cm	1	6 €/día (alquilavisual)	Precio 4 días = 9,6 €
	Mini Panel LED	1	15 € /jornada (alquilavisual)	Precio 6 días = 64,5 €
			<b>TOTAL</b>	<b>209,1€</b>

<b>TOTAL GASTOS (Transporte + material)</b>	<b>1348,52 €</b>
---	------------------

### Anexo 3. Plan de preproducción

Fecha estimada	Localización	Fuentes/ entrevistas concertadas	Grabación recursos	Equipo de trabajo	Material técnico necesario	Permisos necesarios	Observaciones	Horas de trabajo necesarias
6 marzo 2022	Canet de Mar, Taller de artesanía Nushu	Gemma Vilalta, propietaria del taller de productos sostenibles Nushu	<p>Imagen desde la ventana del coche</p> <p>Imagen del taller desde fuera</p> <p>Gemma abriendo la puerta de su taller</p> <p>Gemma sentándose en una mesa y cogiendo el material</p> <p>Gemma cosiendo el material</p> <p>Entrevista Gemma al fondo con las</p>	Qian Du y Lucia Montero	<p>1x Cámara Sony NX-100</p> <p>1x Cámara Panasonic 160</p> <p>2x batería Sony NX-100</p> <p>Cargador batería Sony NX-100</p> <p>2x batería Panasonic 160</p> <p>Cargador batería Panasonic 160</p> <p>2x trípode de vídeo</p> <p>2x panel LED</p> <p>2x batería panel LED</p> <p>2x pie de foco</p> <p>Cargador batería LED</p> <p>1x micro de solapa</p> <p>4x pilas AA</p>	Cesión derechos de Imagen	Hora entrevista: 11:00	<p>2 horas de grabación</p> <p>7 horas desplazamiento Castellón - Barcelona (ida y vuelta)</p>

			máquinas que utiliza mientras trabaja		1x reflector/difusor 2x tarjeta SD 64 gb			
15 marzo 2022	Burriana, Farmacia Lloris-González	Nereida Hidalgo, Farmacéutica	Mostrando copas menstruales  Nereida de pie con las estanterías de la farmacia de fondo  Pasando los productos por la caja registradora y plano del precio en la máquina  Personas comprando en la farmacia  Nereida trabajando	Qian Du y Lucia Montero	1x Cámara Sony NX-100  1x Cámara Panasonic 160  2x batería Sony NX-100 Cargador batería Sony NX-100  2x batería Panasonic 160 Cargador batería Panasonic 160  2x trípode de vídeo  2x panel LED  2x batería panel LED  2x pie de foco  Cargador batería LED  1x micro de solapa  4x pilas AA	Cesión derechos de imagen	Hora entrevista: 15:30	1 hora grabación

					1x reflector/difusor			
					2x tarjeta SD 64 gb			
22 marzo 2022	Russafa, Valencia Piso Teresa Ribera	Teresa Ribera, enfermera, matrona y profesora asociada laboral en el Grado de Enfermería en la Universitat Jaume I	Teresa contestando preguntas  Teresa mostrando diferentes copas menstruales  Plano detalle copas menstruales	Qian Du y Lucia Montero	1x Cámara Sony NX-100  1x Cámara Panasonic 160  3x batería Sony NX-100  2x batería Panasonic 160  2x trípode de vídeo  1x mini panel LED  1x micro de solapa  4x pilas AA  1x reflector/difusor  2x tarjeta SD 64 gb	Cesión derechos de imagen	Hora entrevista: 16:00	1h 20 min entrevista  2 horas desplazamiento Castellón - Valencia (ida y vuelta)
26 marzo 2022	València, platja de la Devesa y hall del hotel Parador Nacional de El Saler	Mar Albaráñez, BIOAgradables	Imágenes muestreo de residuos en la playa	Qian Du y Lucia Montero	1x Cámara Sony NX-100  1x Cámara Panasonic 160  3x batería Sony NX-100	Cesión derechos de imagen	Hora entrevista: 9:00	1 hora grabación muestreo  1 h 15 min entrevista

			<p>Planos desperdicios en la arena</p> <p>Planos voluntarios analizando los desperdicios</p> <p>Plano detalle teléfono móvil</p>		<p>2x batería Panasonic 160</p> <p>2x trípode de vídeo</p> <p>1x mini panel LED</p> <p>1x micro de solapa</p> <p>4x pilas AA</p> <p>1x reflector/difusor</p> <p>2x tarjeta SD 64 gb</p>			2 horas desplazamiento Castellón - Valencia (ida y vuelta)
26 marzo 2022	València, oficinas Esquerra Republicana del País Valencià	María Pérez, representante legal ILP Tres voltes rebel y Elo Chamarro, secretaria de feminismos de ERPV	<p>Imágenes de las oficinas de ERPV</p> <p>Planos detalle de la oficina (cuadros, pósters...)</p> <p>Ellas hablando entre sí</p>	Qian Du y Lucia Montero	<p>1x Cámara Sony NX-100</p> <p>1x Cámara Panasonic 160</p> <p>3x batería Sony NX-100</p> <p>2x batería Panasonic 160</p> <p>2x trípode de vídeo</p> <p>1x mini panel LED</p> <p>1x micro de solapa</p> <p>4x pilas AA</p> <p>1x reflector/difusor</p>	Cesión derechos de imagen	Hora entrevista: 14:00	2h y 15 min entrevista

					2x tarjeta SD 64 gb			
26 marzo 2022	València, Mercadona		<p>Imágenes estanterías productos menstruales</p> <p>Imagen manos cogiendo un paquete de compresas</p>	Qian Du y Lucia Montero	<p>1x Cámara Sony NX-100</p> <p>3x batería Sony NX-100</p> <p>1x trípode de vídeo</p> <p>1x mini panel LED</p> <p>2x tarjeta SD 64 gb</p>	Permisos de grabación		30 minutos
8 abril 2022	Castellón de la Plana, Carrefour y Alcampo		<p>Plano carro de la compra</p> <p>Plano paquete de salvaslips en la cinta del supermercado</p> <p>Imagen chica frente a estantería de productos menstruales</p> <p>Plano paquete de compresas de algodón</p>	Qian Du y Lucia Montero	<p>1x Cámara Sony NX-100</p> <p>3x batería Sony NX-100</p> <p>1x trípode de vídeo</p> <p>1x mini panel LED</p> <p>2x tarjeta SD 64 gb</p>	Permisos de grabación		30 minutos

15 abril 2022	Castellón y Burriana		<p>Chica sacando tampón del bolso</p> <p>Mano tirando compresas a la basura</p> <p>Copa menstrual hirviendo en una cazuela</p> <p>Manos abriendo una compresa</p> <p>Productos de un solo uso sobre fondo blanco y mano apartándolos</p>	Qian Du y Lucia Montero	<p>1x Cámara Sony NX-100</p> <p>3x batería Sony NX-100</p> <p>1x trípode de vídeo</p> <p>1x mini panel LED</p> <p>2x tarjeta SD 64 gb</p>			1 hora
29 abril 2022	Burriana, casa de Lucia Montero	Paloma Alma, fundadora de CYCLO Menstruación Sostenible, escritora y	Imágenes accediendo al perfil de instagram de CYCLO y de Paloma Alma	Qian Du y Lucia Montero	<p>1x Cámara Sony NX-100</p> <p>3x batería Sony NX-100</p> <p>1x trípode de vídeo</p> <p>1x mini panel LED</p>	Cesión derechos de imagen	Hora entrevista: 14:00	50 minutos entrevista

		activista menstrual	Imágenes directo con Paloma Alma		1x micro de solapa 4x pilas AA 2x tarjeta SD 64 gb			
6 mayo 2022	Castellón		Mano sacando compresa de un paquete de compresas  PG Centro Sanitario del Grao de Castellón  Persona leyendo noticia sobre encuesta  Persona leyendo un periódico  Dos chicas hablando	Qian Du y Lucia Montero	1x Cámara Sony NX-100 3x batería Sony NX-100  1x trípode de vídeo  1x mini panel LED  2x tarjeta SD 64 gb	Cesión derechos de imagen		1 hora

## Anexo 4. Guión definitivo

Título: Cambiando las reglas							
Secuencia	Imagen	Voz en off / Testimonio	Rótulos	Banda sonora	Minutaje	Observaciones técnicas	Fecha de montaje
1	<p>Logo Universitat Jaume I</p> <p>PG estanterías con paquetes de compresas y tampones</p> <p>PD paquetes compresas de noche</p> <p>PD cajas de tampones</p> <p>PMC chica sacando compresa del bolso</p> <p>PD detalle manos abriendo compresa</p> <p>PG chica sacando tampón del bolsillo</p>			<i>We Kick It like No One Else</i> de Gloria Tells	00:00-00:24 24"	Transición de vídeo - additive dissolve	21 abril 2022
2 <b>CABECERA</b>	Montaje stop motion de diferentes copas menstruales		Cambiando las reglas	<i>We Kick It like No One Else</i> de Gloria Tells	00:24-00:39 15"	Transición de vídeo - additive dissolve	21 abril 2022

						Transición de audio fundido exponencial de salida (3")	
3	<p>Vídeo collage diferentes noticias</p> <p>Captura de pantalla de telediaros</p> <p>Vídeo de un tampón en la arena</p> <p>Vídeo chica con monedero</p> <p>Vídeo chica corriendo</p> <p>Captura de pantalla noticia ILP en Diario Público</p>	<p>OFF:</p> <p>El Consejo de Ministros aprobó en mayo el nuevo proyecto de ley sobre el aborto. De pasar el trámite parlamentario, sería la primera ley en hablar sobre la menstruación.</p> <p>La reforma pone el foco sobre la regla y sus efectos en el medio ambiente, la economía, la salud y el trabajo de mujeres y transexuales.</p> <p>Pero no es la primera vez que el periodo entra en el debate político.</p>			00:39-01:05 26"	Transición de vídeo disolución cruzada de entrada	17 mayo 2022
	Vídeo senadora Elisenda Pérez en el Senado, en la Comisión de Igualdad	<p>ELISENDA PÉREZ:</p> <p>«¿Alguna de las mujeres aquí presentes ha decidido en algún momento... cada mes la menstruación?»</p>	<p>Senado de España, Madrid 25 de octubre de 2021</p> <p>La senadora Elisenda Pérez</p>		1:05-1:13 8"		

			defendiendo la moción por la que se instaba al Gobierno a apoyar la ILP 3 Voltes Rebel				
	Captura pantalla noticia Onda Cero PD Tarjetas ILP 3 Voltes Rebel (V_TarjetasILP) PG María y Elo hablando en la oficina (V_0014)	OFF: En enero, ERPV presentaba en las Cortes Valencianas casi 13 000 firmas apoyando la Iniciativa Legislativa Popular 3 Voltes Rebel. En ella se defiende el acceso universal y gratuito a productos menstruales sostenibles y reutilizables.			1:13-1:31 17”		
4	PG entrevista María (V_00059)	MARÍA PÉREZ: «Lo que se quiere hacer es acabar con la discriminación... o entre un paquete de compresas».			1:31- 2:06 34”		17 mayo 2022
	(V_00060)	«¿Qué es la pobreza menstrual?... no tener acceso, por ejemplo, al jabón higiénico».	María Pérez Representante legal de la ILP 3 Voltes Rebel y Secretaria general de Esquerra Republicana del País Valencià		1:31-1:40 9”		21 abril 2022

PM entrevista Elo (V_00068)	ELO CHAMARRO: «Esperamos que se debata... es una ley transversal de la cual nos beneficiaremos todos y todas».			2:05- 2:34 29”		21 abril 2022
		Elo Chamarro Secretaria de Feminismes de Esquerra Republicana del País Valencià		2:09-2:18 9”		21 abril 2022
PG chica sacando tampón del bolso  Imágenes de una compresa y dinero	OFF: «La Organización de Consumidores y Usuarios estima que a lo largo de toda su vida fértil una mujer con flujo abundante se gasta más de 2.000 euros en productos de higiene menstrual.  Aparte del gasto económico, también hay que tener en cuenta el impacto de estos productos en el medio ambiente».			2:35-2:53 18”		19 mayo 2022
PMC entrevista María (V_00060)	MARÍA PÉREZ «Si todas las mujeres del País Valenciano... la diferencia es abismal».			2:53- 3:06 13”		28 abril 2022
PP entrevista Maria (V_00109)		Hasta 100 mil millones de		2:54-3:06		10 mayo 2022

	PG María (V_00060)		compresas y tampones son desechados cada año en todo el mundo. Fuente: Intimina		12"		
5	PG Mar y compañeros caminando por la playa (V_0008) PG Chico haciendo el muestreo (V_00077) PG envoltorio tampón arena (V_00033) PG Mar anotando los plásticos (V_0024)	OFF: «Un estudio elaborado por Zero Waste Europe revela que los productos de higiene menstrual son el quinto objeto más encontrado en los océanos».	Playa de la Devesa, Valencia	Sonido del mar	3:07-3:20 13"		19 mayo 2022
	PMC entrevista Mar (V_00055) PG recogiendo basura (V_00042) PD teléfono móvil aplicación mapa (V_00088)	MAR ALBARÁÑEZ: «En todo el ejercicio de 2021 recogimos... 1,3 en la playa de Pinedo».			3:21-3:34 13"	Transición de audio fundido exponencial de salida de 5 segundos	28 abril 2022
			Mar Albaráñez		3:22-3:29 7"		28 abril 2022

			Coordinadora de la ONG BIOagradables				
	<p>PMC entrevista Mar (V_00056)</p> <p>PD tampón 1 (V_00034)</p> <p>PD tampón 2 (V000_45)</p> <p>PD tampón 3 (V_00054)</p>	<p>MAR ALBARÁÑEZ: «En nuestras limpiezas... el papelito del tampón».</p>			<p>3:35-3:45</p> <p>10”</p>		<p>28 abril 2022</p>
	<p>PMC entrevista Mar (V_00056)</p> <p>PMC entrevista Mar (V_00055)</p> <p>PP entrevista Mar (V_00106)</p> <p>PD compresas ecológicas (V_IR04)</p>	<p>MAR ALBARÁÑEZ: «El problema de... en general unos 400 años».</p> <p>«También hay que tener cuidado con el hecho de que... ese es el problema también que tenemos».</p>			<p>3:46-4:25</p> <p>39”</p>		<p>28 abril 2022</p>
6	<p>Anuncio televisión Tampax 1987</p> <p>PG farmacéutica</p>	<p>Anuncio Tampax: «¿Sabes que si te apetece bañarte y tienes la regla no pasa nada? Claro que con una compresa da un poco</p>			<p>4:26- 4:48</p> <p>18”</p>		<p>19 mayo 2022</p>

<p>PD información caja Tampax</p> <p>PG mujer en la playa</p>	<p>de corte pero con Tampax no pasa nada... ni lo notas ni lo notan».</p> <p>OFF: «A pesar de la liberación que ocasionaron compresas y tampones en sus orígenes, hoy expertos alertan sobre los posibles efectos de algunos de sus componentes en la salud de las mujeres».</p>					
<p>PMC entrevista Teresa (V_00002B)</p>	<p>TERESA RIBERA: «El PH de la vagina es ácido cuando no tenemos la menstruación... algunas fragancias para que no huelan mal».</p>			4:48-5:27		10 mayo 2022
		<p>Teresa Ribera</p> <p>Matrona y profesora en el grado de Enfermería</p>		4:50- 4:59		10 mayo 2022
<p>PD gel y toallitas higiene íntima (V_00042)</p> <p>PD instrucciones tampones</p>	<p>OFF: Vaginitis y candidiasis son las enfermedades más comunes vinculadas a estos productos.</p>			5:28-5:34		19 mayo 2022
<p>PG entrevista María (V_00063)</p>	<p>MARÍA PÉREZ:</p>			5:35-5:45		19 mayo 2022

		«Encontramos tres partículas que son las que han dado... y el rayón».			10”		
			Las dioxinas se han ligado a la endometriosis y los poliacrilatos se relacionan con el Síndrome de Shock Tóxico		5:38-5:45 7”		
PMC entrevista Teresa (V_00002B)	TERESA RIBERA: «Y, bueno, el problema más común... puede incluso llegar a ser mortal y ese sería el más peligroso».				5:45-6:15 30”		28 abril 2022
			La incidencia del Síndrome de shock tóxico varía de 0,03 a 0,50 casos por cada 100 000 personas. Fuente: Fundación Femeba		5:54-6:04 10”		
PMC entrevista Nereida (V_00017)	NEREIDA HIDALGO: «Cuando hay tema infección... hace que empeore esa infección».				6:16-6:25 9”		28 abril 2022
			Nereida Hidalgo  Farmacéutica		6:17-6:25 8”		28 abril 2022
PG entrevista Teresa (V_00002 B)	TERESA RIBERA: «Si hay un buen uso de tampones y compresas...				6:26-6:48 22”		28 abril 2022

	PD chica lavándose las manos (V_00089)	Podríamos prevenir infecciones».					
7	PG plano mano apartando productos de un solo uso	OFF: «Entonces... ¿cuáles son las alternativas a los productos de un solo uso?».			6:49-6:54 5"		2 mayo 2022
	PG del taller de artesanía Nüshu (V_00016)	GEMMA VILALTA: «Yo vengo de una familia... fundas para guardar cositas».			6:54-8:26 32"		23 mayo 2022
	PG máquina de coser (V_00014)	«Yo trabajaba por cuenta ajena y decidí empezar a hacer compresas... ¿y si montas un instagram?»	Canet de Mar, Barcelona		6:54-6:58 4"		
	PD telas (V_00008)		Gemma Vilalta CEO Nüshu Artesanía		7:08-7:16 8"		
	PD Gemma cosiendo compresas de telas (V_00005)	«A nivel de salud una compresa tiene muchos beneficios. Si tú hablas de compresas de tela la gente se imagina a nuestras abuelas usando un paño grueso de tela en las bragas incómodo. Usar compresas de tela en el siglo XXI no se puede comparar en usar las compresas de antaño».	La vida útil de una compresora de tela depende de la calidad y el uso que se haga de ella, pero puede llegar a los 4 años		7:55-8:05 10"		
	PD móvil pantalla IG Nüshu						
	PG entrevista Gemma (V_00002 1)						
PMC entrevista Gemma (V_00002)		«Mira yo tengo aquí una,					

		claro esto es súper fino y esto es impermeable... pero a la vez transpirabilidad».					
PG entrevista Teresa (V_00002 B))	TERESA RIBERA:	«La copa menstrual para mi es el ideal... hasta doce horas se puede tener la copa menstrual».			8:27-8:54		2 mayo 2022
PG Teresa (V_0001)					17”		
Copa hirviendo (V_00096)	«Metes aquí dentro la sangre... ni estás en contacto con ningún producto que pueda tener tóxicos».						
PG entrevista Gemma (V_0002 1)	GEMMA VILALTA:	«Yo tengo también esponjas menstruales... Va a lo orgánico, vuelve al mar y no contamina».			8:55-9:25		2 mayo 2022
PD esponja menstrual (V_00007)					30”		
PMC entrevista Teresa (V_00002B)	TERESA RIBERA:	«Los contras que le veo a la esponja marina es que si la mujer tiene una infección... metiendo todo el rato la bacteria del mes pasado».			9:26-9:48		2 mayo 2022
					22”		
PMC entrevista Mar (V_00057)	MAR ALBARÁÑEZ:	«Algo que también me llamó mucho la atención es el sangrado libre... bastante efectivo».			9:49-10:21		2 mayo 2022
					32”		

8	PG copas Intimina PG salvaslips Evax PG compresas PG copas menstruales	OFF: Los productos reutilizables para el periodo no son capaces de llegar al consumidor medio.  Mientras el mercado de compresas movía 28 billones de dólares en 2018, las copas menstruales, solo alcanzaron 1,2 billones. La amplia diferencia en ingresos permite a las empresas de productos de un solo uso invertir mucho más en publicidad.			10:22-10:44  12”		26 mayo 2022
	PMC entrevista Mar (V_00055) PP entrevista Mar (V_00105)	MAR ALBARAÑEZ: «Obviamente en la tele va a ser... pues va a costar mucho».			10:45-11:00  15”		26 mayo 2022
	PG estantería compresas Evax y Ausonia PG estantería Tampax	OFF: Evax, Tampax y Ausonia invirtieron en 2021 más de 66 millones de euros en publicidad solo en España, convirtiéndose así en los segundos mayores anunciantes del país.			11:00-11:12  12”		26 mayo 2022

	PMC entrevista Elo (V_00067)	ELO CHAMARRO: «Cuando hay un producto que aparte de ser económico es reutilizable... No conviene».			11:13-11:20 7”		29 abril 2022
	PM entrevista María (V_00064)	MARÍA PÉREZ: «Aquí el problema está en que... nos enteramos de lo que es la copa menstrual a través de Tik Tok o a través de alguna youtuber».			11:21-11:33 12”		29 abril 2022
9	PG persona leyendo la noticia de la encuesta  Captura de pantalla noticia estudio PlatanoMelón  PG copas Enna  PD persona leyendo	OFF: «Según un estudio realizado por una de las compañías españolas comercializadoras de productos sostenibles, el 80% de las mujeres que usa compresas y tampones preferiría pasarse a métodos reutilizables.  Pero el principal obstáculo para este cambio es la falta de información».			11:34-11:51 17”		29 abril 2022
	PMC entrevista Gemma (V_0002)  PP entrevista Gemma (V_0004)	GEMMA VILALTA: «Se necesita mucha información desde la infancia... mucha información necesaria».			11:52-12:06 14”		29 abril 2022

	PMC entrevista Nereida (V_00020) PP Nereida (V_00034)	NEREIDA HIDALGO: «No existe una correcta educación».			12:07-12:09 2”		29 abril 2022
	PMC entrevista María (V_00063) PP María (V_00111)	MARÍA PÉREZ: «Una de las cosas que queremos... tiene que aparecer en el currículum».			12:10-12:34 24”		29 abril 2022
10	PG Chicas caminando por la calle PD eligiendo caja de copas menstruales PD ticket precio salvaslip PD aplicador de la copa menstrual	OFF: «La reforma de la Ley del Aborto convertirá a España en pionera en Europa al reconocer la menstruación como un derecho fundamental. El cambio ha empezado. Aunque aún quedarán cuestiones por resolver como la reducción del IVA o la apuesta total por los productos sostenibles».			12-35:12:51 16”		26 mayo 2022
	PMC entrevista Gemma (V_0003 (1))	GEMMA VILALTA: «La menstruación sostenible... usar unos calcetines y tirarlos cuando acabe».			12:52-13:11 20”		2 mayo 2022
	PMC entrevista Mar (V_00055)	MAR ALBARÁÑEZ: «Cuando tienes la regla, el primer día es... cuando digo			13:12-13:36		2 mayo 2022

		que llevo cinco años es como guau».			25"		
	PMC entrevista Teresa (V_0002)	TERESA RIBERA: «Es una manera de reciclar, de ser ecológica... lo tienes que elegir».			13:37-14:03		2 mayo 2022
	PMC entrevista María (V_0065)	MARÍA PÉREZ: «La menstruación sostenible tiene que ser el futuro... tenga que trabajar ya».			14:04-14:51		2 mayo 2022
<b>11</b> <b>CRÉDITOS</b> <b>FINALES</b>	PG dos chicas caminando  Logo UJI		Con la colaboración de (por orden de aparición)  María Pérez Elo Chamarro Mar Albaráñez Teresa Ribera Nereida Hidalgo Gemma Vilalta  Dirección Qian Du Lucia Montero  Guión Qian Du Lucia Montero	<i>We Kick It like No One Else</i> de Gloria Tells	14:52-15:03  13"	Transición de vídeo - film dissolve  Transición de audio - fundido exponencial de entrada (3")	17 mayo 2022

			Edición Qian Du Lucia Montero				
			Locución Qian Du				

## Anexo 5. Enlace Reportaje Drive

<https://drive.google.com/drive/folders/19TXWXTUegqzAt1wswwjv4maKBek0PRvH?usp=sharing>