

CANVIS

**CANVIS EN L'ADOLESCÈNCIA, ALIMENTACIÓ
I NUTRICIÓ, VALORACIÓ PERSONAL,
IMATGE, SALUT I ACTIVITAT FÍSICA**



MATERIAL COMPLEMENTARI PER AL PROFESSORAT PROGRAMA CANVIS

C S B Consorci Sanitari
de Barcelona

+B Agència
de Salut Pública

CONTINGUTS



01

BLOC 1
CANVIS EN
L'ADOLESCÈNCIA
(UNITATS 1 I 2)

06

BLOC 2
VALORACIÓ PERSONAL
(UNITATS 3 I 4)

11

BLOC 3
INFLUÈNCIA DE LES
PANTALLES I XARXES
SOCIALS
(UNITATS 5 I 6)

13

BLOC 4
ALIMENTACIÓ, ACTIVITAT
FÍSICA I DESCANS
(UNITATS 7 I 8)

BLOC 1

CANVIS EN L'ADOLESCÈNCIA (UNITATS 1 I 2)

CARACTERÍSTIQUES DE L'ADOLESCÈNCIA

L'adolescència és un període que comença cap als onze anys i es perllonga fins als disset o divuit.

- Durant aquests anys es produeixen canvis importants: físics, psicològics o emocionals i socials profunds.
- Etapa de transició en la qual els canvis es produeixen molt ràpidament i exigeixen readaptacions continuades: de l'adolescent, de la resta de les persones amb l'adolescent i de les formes de relació.
- Època en la qual es planteja per primer cop un projecte de vida.
- Habitualment, les noies arriben abans a aquesta etapa, ja que la seva maduració hormonal acostuma a ser més precoç que la dels nois.

Aquest fet cal tenir-lo en compte pel que significa per a les noies aquest desenvolupament previ (burles per la mida dels pits, comparacions, sexualitzacions dels seus cossos per resta de companys/es, etc.).

-En aquest període, les persones es fan més autònomes amb relació a la família i a les institucions educatives, sovint marcant distàncies respecte a la moral i la ideologia rebudes. Per als i les joves que han crescut entre dues cultures (la de la família d'origen i l'autòctona), aquest període pot comportar un repte afegit, ja que hi ha dues maneres d'entendre la vida, escales de valors que a vegades es contraposen o contradiuen.





CANVIS FÍSICS

Com a conseqüència de processos biofisiològics, neurològics, hormonals i morfològics té lloc una àmplia transformació de la figura corporal. La imatge corporal mediatitza les relacions amb la resta de persones en la mesura que és un dels factors que influeixen decisivament en la valoració personal i en l'equilibri emocional. Entre els canvis principals, cal destacar que:

- S'adquireixen el pes i l'alçada de la persona adulta.
- Progressa la maduració del sistema nerviós, que no es completa fins molt després.
- La pell es torna més greixosa i aspra, i pot aparèixer acne; apareix vellositat a les axil·les, a les cames, a la zona del pubis, al pit i cara.
- Maduren els òrgans genitals i s'inicia la capacitat reproductiva.
- Apareix la menstruació.
- Apareix l'ejaculació.
- Les mames van creixent, les cuixes i la pelvis s'eixamplen, augmenta la grandària del penis i els testicles, s'eixamplen les espatlles, les cames es tornen més musculoses.
- És important no establir com fixes aquestes diferències fisiològiques entre nois i noies, ja que no totes les persones encaixen en aquest model binari, com poden ser les persones intersexuals i/o transsexuals.
- Es pot donar l'inici de l'atracció, el desig sexual, l'excitació sexual i l'enamorament i la masturbació.

CANVIS PSICOLÒGICS O EMOCIONALS

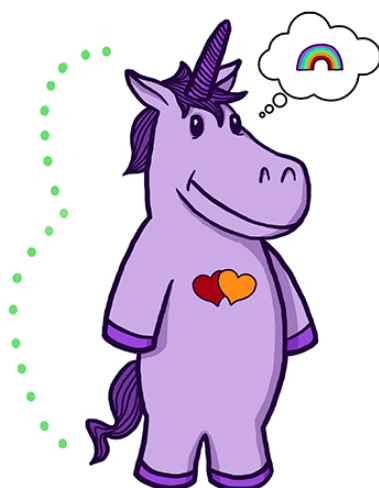
- Necessitat d'allunyar-se psicològicament de la família per trobar-se a si mateix o a si mateixa.
- Es posen en qüestió les normes imposades per les persones adultes i la seva manera de viure. S'ha de tenir en compte la varietat de valors, creences i conductes que existeixen entre cultures i el possible dilema que pot suposar aquest qüestionament a les persones adultes.
- Ànsia de llibertat i d'autonomia.
- Sentiment de solitud.
- Reflexió sobre la justícia, l'amor, etc.
- Els canvis psicològics o emocionals comporten alhora modificacions intel·lectuals: s'adquireix la capacitat d'utilitzar idees abstractes en comptes de representacions concretes i augmenta la pròpia consciència d'identitat.
- Important influència del grup i dels amics i amigues. Sentiment de pertinença i identificació amb el grup.
- La importància de l'opinió de l'entorn per a la construcció de la pròpia identitat, autoestima i reconeixement, especialment en el cas de les noies que han estat socialitzades sota el prisma d'agradar als altres.
- Etapa de grans variacions emotives.
- Redefinició de la seva identitat.
- A partir de la pubertat s'observa un significatiu increment de problemes d'autoestima i de rebuig de la pròpia imatge corporal.

CANVIS SOCIALS

- Es viu entre el desig de ser una persona adulta i, per tant, de gaudir dels avantatges dels adults (independència, relacions adultes, reconeixement social) i l'enyorament de la infantesa (poca responsabilitat, més temps de joc, etc.).
- Canvis en la relació amb la família.
- Canvis en la relació amb el professorat.
- Canvis en la relació amb les persones de la mateixa edat.
- Preocupació per la imatge.

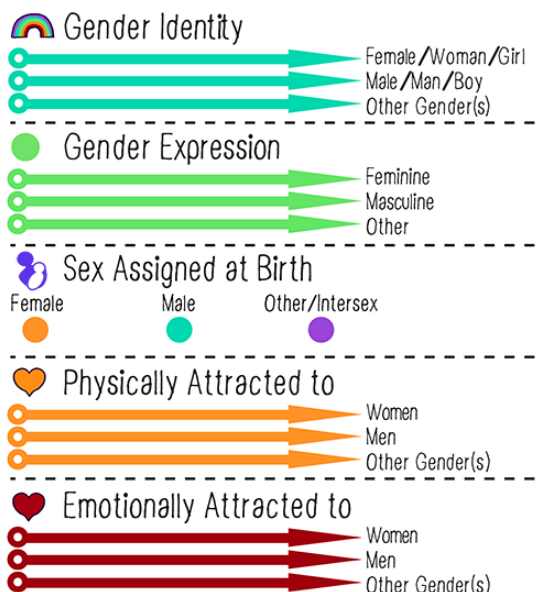
The Gender Unicorn

Graphic by:
TSER
Trans Student Educational Resources



To learn more, go to:
www.transstudent.org/gender

Design by Landyn Pan and Anna Moore



EL SISTEMA SEXE-GÈNERE

El gènere és el conjunt de característiques conductuals i estètiques que la societat espera veure reflectit en les persones en funció del seu sexe. Mentre que el sexe fa referència a “mascle”, “intersexual” o “femella”, el gènere fa referència a “masculí”/“home” o “femení”/“dona”. Alguns exemples d'això són: l'expectativa que els mascles siguin agressius i racionals, els agradi prendre riscos, els agradi jugar al futbol i es sentin sexualment atrets cap a les femelles vs. que les femelles siguin delicades i emocionals, els agradi cuidar, els agradi fer safareig i es sentin sexualment atretes cap als mascles. En aquest model binari no es contempla un gènere específic per a les persones intersexuals, i llavors quan neixen es tendeix a situar-les en alguna de les dues categories existents, per tal que visquin com a part d'una majoria.

Hi ha persones que conceben el gènere com una construcció social que s'imposa i transmet a través de la cultura, altres que el conceben com un conjunt de característiques i predisposicions innates i altres que el conceben com una combinació d'ambdues. En el marc d'aquesta pluralitat, hi ha persones que no s'identifiquen amb el gènere socialment associat amb el seu sexe, o bé amb aspectes concrets d'aquest gènere, la qual cosa dóna lloc a un ventall d'experiències, tals com reivindicar altres formes de ser “home” o “dona” (per exemple, ser un home sensible o una dona peluda), autoidentificar-se com a persona sense gènere o autoidentificar-se com a persona transgènere, la qual cosa significa identificar-se amb el gènere socialment contrari al assignat al néixer.

El fet de no identificar-se (en els seus diferents graus) amb el gènere socialment assignat posa a les persones en qüestió en una situació de desavantatge respecte a les altres, i les exposa a tota una sèrie de discriminacions i violències dirigides a estigmatitzar la diferència i mantenir l'ordre del que es considera “normal”.

MÉS INFORMACIÓ

"Dibuixant el gènere"

Projecte divulgatiu basat en el llibre Dibuixant el gènere, que acosta les aportacions dels estudis de gènere a un públic ampli. Elaborat per Gerard Coll-Planas i Maria Vidal

Enllaç

<https://www.youtube.com/watch?v=nWKKJ8bjTW4>

Al capítol 4 es parla de sexe, gènere i identitat sexual, fent una clara explicació d'intersexualitat i transsexualitat

Durada: 5' 31"

Vídeo Fundació Sexpol

Explicació sobre diversitat sexual sortint del sistema binari per saber diferenciar el que és: el sexe biològic, la identitat sexual o de gènere, l'expressió de gènere i l'orientació sexual

Enllaç

<http://www.sexpol.net/la-diversidad-sexual/>

Durada: 7' 21"

Entrevista a Miquel Missé

Sociòleg i activista trans que ha editat diversos llibres i estudis sobre el tema

Enllaç

<https://www.youtube.com/watch?v=LlvXzdkgkgl>

Durada: 37' 52"

Masculinitats en Crisi – betevé 5 minutos

Enllaç

<https://www.youtube.com/watch?v=OPQZumJajMU&list=PLherJjNv065QlPbOkR0eeZT8NIkUpf9zH&index=18&t=0s>

Durada: 5' 42"

Intersexualitat

Breu explicació sobre intersexualitat a la televisió mexicana Televisa

Enllaç

<https://www.youtube.com/watch?v=nFQ-DG-c4wY>

Durada: 3' 22"

MÉS INFORMACIÓ ADOLESCÈNCIA

"La adolescencia nos hizo humanos"

Programa Redes

En aquest capítol es parla d'aquesta etapa exclusiva del desenvolupament humà que, per incòmoda i conflictiva que sembli, és la pista d'enlairament del pensament adult

Enllaç

https://www.youtube.com/watch?v=_NmlxzDNEOE

Durada: 27' 38"

BLOC 2

VALORACIÓ PERSONAL (UNITATS 3 I 4)

LA VALORACIÓ PERSONAL

És la valoració que fa cadascú de la seva persona i es va formant des de la infància. Es forma a partir de les pròpies experiències i de les valoracions fetes per persones importants per l'individu (la família, els amics i amigues, els companys i les companyes, els líders socials).

Cal sortir de la dicotomia de valorar tot allò referent a nosaltres mateixos/es en termes de negatiu i positiu. El procés de valoració personal passa per l'autoconeixement i aquest hauria de ser uns dels punts clau a treballar en aquest bloc, a més de l'acceptació d'una/a mateixa sense un judici de valor al respecte.

És important tenir en compte que les capacitats d'una persona van evolucionant amb el temps. Anem adquirint noves capacitats i reforçant les ja existents. No és un concepte tancat i cal tenir-ho en compte en les autovaloracions.

Existeix una tendència vers la infravaloració, és a dir, negar o minimitzar les virtuts o aspectes positius, i sobrevalorar els aspectes negatius.



L'AUTOIMATGE

És la representació mental que es fa la persona de la seva aparença física, la seva cara i el seu cos posats en relació amb els models socials hegemònics i allò que es considera positiu.

La comparació amb els amics, les amigues i els models socials del moment fa que els defectes propis o allò que s'allunya de la imatge ideal es vegi a través d'una lent d'augment. D'aquesta manera, pràcticament ningú no està content amb el seu aspecte.

La moda imposa uns criteris de bellesa artificiosos que indueixen a valorar més l'aspecte físic que la resta de qualitats personals. Especialment en les noies, la pressió dels cànons de bellesa imperants juguen un paper clau que cal tenir en compte.



COM ENS INFLUEIXEN LES ALTRES PERSONES?

Amb freqüència, les persones que ens envolten manifesten verbalment les seves satisfaccions, desgrats i actituds en relació amb els atributs estereotipats basats en uns cànons socials rígids establerts. Aquests judicis socials poden influir en l'avaluació que les persones receptores fan d'elles mateixes.

Cada persona es classifica segons pertanyi a un grup valorat o no en funció dels seus antecedents ètnics, de raça, sexe, opció sexual o característiques físiques segons un sistema que devalua qui no sigui noi, blanc, heterosexual, sense cap tipus de diversitat funcional.

Sovint els estereotips, la desconsideració que la societat mostra vers els diferents –“dones”, “trans”, “immigrants”, “negres”, “moros”, “mariques”, “discapacitats”– condicionen molt el nostre marge de valoració i allò que és correcte en nosaltres.

En el cas de les noies, avui dia se segueixen reforçant comportaments de cura i atenció als altres, aprenent a sentir-se bé quan realitzen feines per l'altra gent.

ESTEREOTIPS DE GÈNERE

Els estereotips de gènere són construccions culturals que determinen una visió de les característiques i actituds de cada sexe. Creen models rígids en els que s'ha d'encaixar per ser socialment acceptat, fixen un model de ser noi i un model de ser noia i, a partir d'una visió tòpica construïda, estableixen un sistema desigual de relacions entre els dos sexes i de cadascun d'ells vers el món.

La forma sexista de construir la identitat pot influir en el concepte de si mateixos de noies i nois adolescents, identificant-se amb l'estereotip femení: passivitat, dependència i submissió, i amb l'estereotip masculí: fortaleza, independència, domini i utilització de la violència.

Existeix una visió dominant dels homes amb la que la premsa i altres mitjans de comunicació ens bombardegen. Aquesta visió els presenta com a durs, forts, agressius, independents, valents, sexualment actius, intel·ligents, etc. La imatge corresponent a les dones és la que són vulnerables, dèbils, no agressives, amables, afectuoses, passives, dependents, immadures.

GÈNERE I COS

El cos és un eix de la condició femenina, el deure estètic cada vegada abasta a més dones. En general, cap aconsegueix el grau anhelat o impostat a través d'estereotips. Aquests arriben a ser de tal magnitud que produeixen el feïsme en les dones: una forma concreta de baixa autovaloració en què no hi ha acceptació d'algunes parts del cos que no corresponen amb la forma, el color, la fermesa o la grandària "deguts". El cos no és percebut d'una manera unitària ni pròpia, ha estat fragmentat i apropiat per l'imaginari hegemònic.

Per això, la representació de la imatge de la dona ideal que associa estar prima amb la bellesa, l'èxit i l'eficàcia s'ha de denunciar com una de les formes més generalitzada de violència i alienació de gènere.

Sentir lletjor o ser considerada lletja fa que cada dona es rebutgi a si mateixa amb hostilitat, i acabi actuant contra el seu propi cos, no volent-ho, no sentint-lo com a propi i, per tant, finalment no cuidant-lo.

Encara que el culte al cos eròtic, esportiu i estètic s'obre pas, el tractament del cos masculí és diferent i menys normatiu que en la dona. Amb tot, els homes no queden exclosos per lletjor. La bellesa afegeix més valor personal a l'automàtic de gènere i potencia el poder.

Els homes són ensenyats, sobretot, en l'exhibició i instrumentalització del seu cos per a la força i el treball, prevalent cànons de bellesa masculins focalitzats en un tors musculós i atlètic. No obstant això, els objectius principals de l'aprenentatge corporal de les dones són la reproducció i la seducció. Aquesta instrumentalització diferenciada fa que el cos de la dones estigui sota la mirada constant de la societat.

Podem considerar que els nois i les noies tenen una concepció i percepció diferent en relació amb el seu propi cos i la cura d'aquest, tal i com ho mostra per exemple el fet que per a un noi probablement serà molt més important la musculació adequada del seu cos, mentre que per a una noia ho serà molt més la cura de la seva pell o de l'alimentació.

RACISME I COS

El racisme s'entrellaça amb altres components de les exigències estètiques. Es desvaloritza o es valora a les persones per les seves característiques racials, i per endavant hi ha un dèficit estètic en les persones que pertanyen a grups racials inferioritzats. Els trets racials dels grups dominants es converteixen en allò "bonic", i els dels que estan sota domini racial, en el "lleig".

Els estereotips estètics moderns corresponen amb característiques de persones blanques en tota la seva varietat. La representació simbòlica racista de l'estètica femenina ha estat internalitzada especialment per les dones de tot el món, i per a moltes és un valor d'autoestima.



ESTRATÈGIES PER MILLORAR LA VALORACIÓ PERSONAL

En aquest bloc volem proporcionar eines a les persones joves per tal que puguin millorar la seva valoració personal.

A partir de la pubertat s'observa un significatiu increment de problemes d'autoestima i de rebuig de la pròpia imatge corporal.

Inicialment hem de treballar els estereotips socials i com ens poden afectar individualment. L'alumnat ha de poder identificar aquestes pressions en la seva pròpia valoració personal. Aquestes estratègies poden ajudar a millorar l'autoconeixement i acceptar-se entenent la diversitat dels cossos i de les característiques físiques, trencant precisament amb els estereotips sobre el que és positiu i negatiu. És important mostrar a les persones joves la capacitat de ser agents de la seva pròpia vida i no mostrar-los exclusivament com a víctimes d'unes determinades normes hegemòniques. Es té en compte les exigències i sofriments als quals diàriament se sotmet a les persones per part d'una cultura que provoca desigualtats socials que van adscrites al cos, però existeix lloc per a la contestació i la transformació. Suposa, per tant, no ocultar sinó mostrar els conflictes, i passar de considerar el cos com un objecte a considerar-lo un subjecte.

És important l'autoconeixement i, si una persona es vol conèixer, ha de provar i desenvolupar les capacitats que tenen a veure amb els seus propis interessos.

Quan una persona s'enfronta a situacions innovadores, es posa a prova i adquireix confiança en les seves possibilitats, el que fa que se senti segura i s'anima a seguir provant.

Hem d'aprendre a saber si el que fem està bé o malament no solament quan els/les altres ens valoren, ens aproven o ens rebutgen. Molts nois i noies aprenen a anteposar els interessos dels altres als propis, a exigir-se més a sí mateixos que a la resta.

A més és important:

- Utilitzar un llenguatge no pejoratiu, i precís al parlar d'un/a mateix/a.
- No generalitzar.
- Reconèixer les nostres qualitats i reforçar els nostres aspectes positius.



BLOC 3

INFLUÈNCIA DE LES PANTALLES I XARXES SOCIALS (UNITATS 5 I 6)

Amb freqüència les persones adultes ens preocupa l'ús de pantalles i xarxes socials que fa el jovent. A aquesta preocupació, en moltes vegades, s'uneix desconeixement.

Així, el primer a fer és apropar-nos a aquestes tecnologies, conèixer-les amb una mirada crítica però alhora, també, amb la ment oberta a conèixer uns nous codis i una nova forma de comunicació. En acostar-nos podem trobar com si se'n fa un bon ús, poden ser les nostres aliades en la tasca educativa i preventiva.

És important destacar que les tecnologies reflecteixen la societat en què vivim, així donat el context de desigualtats en el que ens trobem, la xarxa no estarà exempta de reproduir i potenciar els rols i les desigualtats de gènere o culturals. En aquest sentit, veiem que els referents i continguts que s'ofereixen als i les joves a través de la xarxa reproduïxen uns models estereotipats, desiguals, sexistes, homòfobs i racistes.

Per això serà important fer una anàlisi crític amb l'alumnat d'aquest ús. És important destacar que no es tracta d'evitar aquest ús, sinó de fer l'alumnat conscient de les implicacions que té el seu ús i desigualtats que es reproduïxen i fomenten.

COSSOS I PUBLICITAT

El cos i el tenir-ne cura ocupen un lloc molt important en els missatges publicitaris, destinats principalment a la població juvenil, en els quals predominen un cànon o model de bellesa estandarditzat, amb cossos joves, alts i prims fins a l'extrem. Aquest cànon publicitari s'ha arribat a interioritzar com el model de bellesa ideal. A més de l'exhibició de cossos considerats com a "perfectes", en els anuncis publicitaris també ens trobem amb la promoció d'una gamma de productes destinada a aconseguir aquest model de bellesa.

Es pot destacar la diferent representació del cos femení i del cos masculí en els anuncis publicitaris. D'aquesta manera, el cos de la dona s'acostuma a representar com un objecte de consum, com a reclam, convertint-se en un cos-objecte, mentre que el cos dels homes apareix representat en moviment, amb caràcter desafiant, relacionat amb la naturalesa i molt sovint practicant algun esport.

La publicitat i determinats missatges dels mitjans de comunicació representen una imatge ideal corporal impossible d'aconseguir -i més en períodes de creixement com l'adolescència- o incompatibles amb la salut.

PUBLICITAT I ALIMENTACIÓ

Per arribar al públic, la publicitat dels productes alimentaris utilitza els mateixos mitjans i les mateixes estratègies que la resta de productes de consum. Molt sovint, per a la promoció de productes alimentaris es fan servir lemes o missatges que suposadament els relacionen amb la salut i recorren a imatges de joves de gran atractiu físic, esveltesa, alçada, bellesa...

La por d'engreixar-se, el consum de productes dietètics... poden causar problemes importants de salut en algunes persones.

És important mantenir sempre una visió crítica davant els missatges que ens arriben a través dels mitjans de comunicació. I cal, també, posar en evidència la contraposició entre els nostres interessos i els interessos econòmics dels anunciants.

Cal analitzar els anuncis amb què les empreses i els mitjans de comunicació pretenen influir en nosaltres per tal d'evitar pretensions perfeccionistes, impossibles i innecessàries.



DIVERSITAT CULTURAL

Treballar el programa Canvis amb joves culturalment diversos no només requereix conèixer exhaustivament les preferències i hàbits alimentaris dels i les joves, sinó tenir una actitud d'obertura i d'interès sobre els aspectes de la seva vida i de les seves trajectòries que estiguin relacionats amb els temes tractats a cada unitat. Aquí trobareu un document amb recomanacions



ETIQUETATGE

Per tenir una dieta saludable i realitzar compres segures, hem de fixar-nos en l'etiquetatge dels aliments. En ell està la clau per saber el que mengem. Aquí trobareu més informació.

També podeu consultar un senzill audiovisual sobre la informació nutricional. Durada: 2' 19"



ALTRES

Malaltia celiaca

Al·lèrgies alimentàries

Programa PReME: revisió de menús escolars a Catalunya

Al web de PReME trobareu més informació sobre aquest programa de valoració dels menús als centres escolars.

Per sol·licitar la revisió dels menús del vostre centre escolar a Barcelona podeu dirigir-vos a: prevencio.escola@aspb.cat



Pla integral per a la promoció de la salut mitjançant l'activitat física i l'alimentació saludable (PAAS)

Pla elaborat en resposta a l'increment observat en la prevalença d'obesitat, d'acord amb l'estratègia mundial de l'Organització Mundial de la Salut i de l'Estratègia NAOS (Nutrició, Activitat Física i Prevenció de l'Obesitat). Hi ha accions específiques per a l'àmbit escolar.

