

Zenit.org, 30 giugno 2016

## Il Consiglio d'Europa contro l'ipersessualizzazione dei bambini

**Due documenti rilevano quanto i minori siano bombardati dai media di immagini con rimandi sessuali. Gravi conseguenze sulla salute fisica e mentale.**

Il 21 giugno scorso l'Assemblea Parlamentare del Consiglio d'Europa (Pace) ha detto no all'ipersessualizzazione dei bambini. Lo ha fatto con una Risoluzione, la 2119/2016, ed una Raccomandazione, la 2092/2016, dall'eloquente titolo "*Fighting the over-sexualisation of children*", combattendo l'ipersessualizzazione dei bambini. Due documenti che fanno chiarezza ed invitano i 47 Paesi membri ad impedire questo fenomeno che coinvolge bambini e adolescenti.

In seguito alla relazione del deputato della delegazione moldava, Valeriu Ghiletschi (Ppe), la Pace "ha espresso la sua preoccupazione riguardo all'ipersessualizzazione dei bambini, un fenomeno molto esteso nei media, nelle campagne pubblicitarie, nei programmi televisivi e nei prodotti di ogni giorno (...). Questo fenomeno può avere un serio impatto sull'autostima dei bambini, sul loro benessere, sulle relazioni, le pari opportunità e, in certi casi, può essere severamente pregiudizievole della loro salute fisica e mentale".

"I bambini e specialmente le bambine che indossano graziosi vestiti e si truccano e gli adolescenti che si vestono come gli adulti, sono solo alcune delle espressioni visibili della precoce sessualizzazione dei bambini" scrive Ghiletschi nel report. Siccome, spiega Ghiletschi, "il sesso vende e le persone sono più ricettive ai messaggi quando sono in uno stato di eccitazione emotiva", i bambini-adolescenti vanno "sessualizzati"; "usando immagini sexy il prodotto riceve maggiori attenzioni dai potenziali clienti". Bambini e adolescenti sono *important consumers*, clienti importanti, supportati dal potere di spesa dei genitori, spiega Ghiletschi.

Secondo il [rapporto](#) dell'Apa (*American Psychological Association*), si parla di sessualizzazione quando: il valore di una persona viene fatto derivare soltanto dal suo *sex appeal*; una persona è tenuta a conformarsi ad uno standard, che equipara l'attrazione fisica – intesa in senso stretto – con l'essere sexy; le persone sono viste come oggetti adibiti all'uso sessuale altrui; la sessualità è inappropriatamente imposta a qualcuno.

L'ipersessualizzazione dei minori passa attraverso vari canali. Si va dai giornali ai video musicali con il 44%–81% di immagini sessuali, cartoni animati e film d'animazione (alcuni studi hanno evidenziato che i personaggi femminili della Disney di oggi hanno meno vistiti e sono presentati come più sexy di quelle di ieri, come Cenerentola e Biancaneve). E ancora, riviste per adolescenti sempre in aumento secondo le quali l'obiettivo di una donna-bambina-ragazzina è attrarre l'attenzione degli uomini e quindi essere sessualmente desiderabili, ma ancora sport, videogiochi utilizzati dall'87 % dei bambini e dal 70% degli adolescenti, internet, pubblicità di prodotti per bambini e adolescenti che sono un grosso business.

L'Assemblea parlamentare è molto preoccupata di questo fenomeno che riguarda bambini e adolescenti ed ha una notevole influenza sulla loro percezione della società in generale e sulla percezione di sé stessi.

“Il fenomeno del *sexting* (la condivisione di immagini sessualmente esplicite tramite dispositivi mobili o altri mezzi su Internet) diffuso in tutte le scuole d'Europa” turba particolarmente l'Assemblea Parlamentare perché “conduce a significativi traumi psicologici”.

L'Assemblea Parlamentare invita quindi con fermezza i soggetti coinvolti e le autorità pubbliche a “sviluppare una legislazione efficace e ad attuare politiche e programmi per prevenire l'eccessiva sessualizzazione dei bambini; i genitori e gli insegnanti devono essere attrezzati per trasmettere messaggi coerenti ai bambini per combattere tale fenomeno; i settori dei media e della pubblicità dovrebbero essere incoraggiati a cambiare i loro approcci al marketing”.

Pace non si limita a dare un suggerimento teorico ma indica alcune pratiche per contrastare il fenomeno crescente di ipersessualizzazione:

- “raccolgere prove scientifiche attraverso studi longitudinali sugli effetti della ipersessualizzazione inadeguata dei bambini, e in particolare delle ragazze, attraverso la raccolta di dati, al fine di aiutare a definire le misure legislative e politiche e per meglio comprendere la gravità del fenomeno e lo stato attuale delle conoscenze nella comunità scientifica;
- adottare iniziative legislative per porre limiti alla inadeguata e ipersessualizzata raffigurazione dei bambini nei settori dei media e della pubblicità;
- adottare politiche e misure che cercano di informare, educare e ricordare ai genitori i pericoli che i loro figli devono affrontare in un ambiente eccessivamente sessualizzato e riconoscere ai genitori di educare i loro figli in modo costruttivo su queste questioni molto delicate;
- incoraggiare i media e gli organi di controllo di pubblicità per garantire la tutela della dignità umana, e in particolare i diritti dei bambini; dove tali organi consultivi non sono già esistenti, incoraggiarne l'istituzione e assicurare che le procedure per le denunce siano accessibili ed efficaci;
- incoraggiare il settore dei media e della pubblicità a salvaguardare la dignità e l'innocenza dei bambini nelle loro produzioni, attraverso meccanismi di autoregolamentazione, codici di condotta;
- responsabilizzare i bambini a sviluppare un atteggiamento critico nei confronti di contenuti multimediali, e aumentare la capacità di recupero dei bambini alle pressioni dei coetanei, riducendo in tal modo le conseguenze dannose delle immagini sessualizzati”.

Elisabetta Pittino