

**Adorno Antonio****Da:** Adorno OASI CANA [FamigliaVita] [associazione@oasicana.it]**Inviato:** giovedì 8 marzo 2007 11.10**A:** info@oasicana.it**Oggetto:** La sessualizzazione della donna*Carissimo Associazione OASI CANA Onlus, ecco le notizie su Famiglia e Vita*

Oggi attorno alla famiglia e alla vita si svolge la lotta fondamentale della dignità dell'uomo (Giovanni P. II)

**La sessualizzazione della donna**

Un rapporto illustra i danni che ciò comporta

*Di Padre John Flynn*

ROMA, mercoledì, 7 marzo 2007 ([ZENIT.org](http://ZENIT.org)).- Le ragazze adolescenti sono sempre più esposte ai rischi di una malsana sessualizzazione, secondo un rapporto pubblicato il 19 febbraio dalla American Psychological Association. Lo studio dal titolo "Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls" riporta gli esiti di una ricerca sui contenuti e gli effetti di diversi strumenti di comunicazione: televisione, video musicali, testi delle canzoni, riviste, film, video giochi e Internet.

L'equipe ha anche esaminato il merchandising e la pubblicità indirizzati alle ragazze.

"Disponiamo di abbondanti elementi per poter affermare che la sessualizzazione produce effetti negativi in una serie di ambiti, tra cui quelli della funzione cognitiva, della salute mentale e di un sano sviluppo sessuale", ha affermato la dottoressa Dr. Eileen Zurbriggen, responsabile dell'equipe e professore associato di psicologia presso l'Università della California, Santa Cruz, in un comunicato stampa che accompagna il rapporto.

La sessualizzazione genera difficoltà ad ogni età, afferma il rapporto, aggiungendo che esse sono particolarmente problematiche quando ciò avviene ad un'età più precoce. Raggiungere la maturità sessuale per gli adolescenti non è un processo agevole, riconosce lo studio. Ma quando le ragazze vengono incoraggiate ad essere sexy, senza avere la sufficiente consapevolezza di cosa ciò significhi, il processo risulta ulteriormente complicato.

**Saturazione mediatica**

Il rapporto cita una serie di studi che illustrano la grande quantità di tempo che si trascorre a contatto con i media. Secondo i dati, i bambini o i ragazzi guardano in media tre ore di televisione al giorno. Ma se si calcola il tempo trascorso con tutti i tipi di media, risulta che i bambini sono a contatto con qualche strumento di comunicazione – televisione, videogame, musica, ecc. – per circa 6,5 ore al giorno.

Secondo uno studio svolto nel 2003, il 68% dei bambini dispongono di una televisione in camera da letto e il 51% delle ragazze si dedicano a giochi interattivi sul computer o sui videogame. Sia le ragazze che i ragazzi trascorrono in media un'ora al giorno al computer, navigando tra i siti Internet, ascoltando musica, scrivendo nelle chat, giocando e mandando messaggi agli amici.

Il rapporto della American Psychological Association osserva che "alla televisione, i giovani si confrontano con un mondo che è sproporzionatamente maschile, soprattutto nei programmi destinati a un pubblico giovane, e in cui i personaggi femminili spesso appaiono in modo molto più attraente rispetto ai maschi".

Un'ampia quota dei video musicali contengono immagini di natura sessuale, in cui le donne si presentano spesso in abbigliamento provocante e succinto. Il rapporto osserva anche che il modo in cui appaiono gli artisti di sesso femminile è tale che l'attenzione principale è concentrata non sul loro talento o sulla musica, quanto piuttosto sul loro corpo e la loro sessualità. In questo senso, conclude il rapporto, chi guarda le immagini riceve il messaggio secondo cui il successo appartiene a chi diventa un oggetto sessuale attraente.

Riguardo i testi delle canzoni, i ricercatori della APA rilevano che non esistono analisi recenti sul loro contenuto di natura sessuale. Nel loro rapporto, tuttavia, citano una serie di esempi di testi di canzoni famose che sessualizzano la donna o si riferiscono ad essa in un modo fortemente indecente.

Per quanto riguarda il grande schermo, il rapporto osserva la carenza di personaggi femminili nei film di maggiore diffusione e in quelli per tutta la famiglia. Uno studio relativo ai film per tutta la famiglia che hanno riscosso i maggiori incassi dal 1990 al 2004 rivela che dei più di 4.000 personaggi di questi film, il 75% erano maschi, l'83% dei personaggi nelle folle erano maschi, l'83% dei narratori erano maschi e che il 72% dei

personaggi con un ruolo orale erano maschi.

“Questa grave sottorappresentazione delle donne e delle ragazze nei film per tutta la famiglia costituisce una occasione mancata per presentare un ampio spettro di ragazze e donne in ruoli non sessualizzati”, osserva il rapporto dell’APA.

### **Influssi diabolici**

Le riviste per adolescenti sono un’altra importante fonte di influenza sulle giovani ragazze o adolescenti. Il rapporto dà conto di una serie di studi svolti sul contenuto delle riviste, e rivela che uno dei messaggi principali delle pubblicazioni è che “presentarsi in modo sessualmente attraente e ottenere quindi l’attenzione degli uomini è, e dovrebbe essere, l’obiettivo centrale delle donne”.

È difficile valutare l’enorme varietà dei contenuti disponibili attraverso Internet, ma i ricercatori dell’APA citano uno studio sui siti che spesso attraggono le ragazze: i siti di celebrità maschili e femminili. Da un’analisi dei loro contenuti risulta che le celebrità femminili sono molto più propense, rispetto a quelle maschili, ad essere rappresentate con immagini sessuali, a prescindere dall’ufficialità o meno del sito.

La pubblicità costituisce un altro grande ambito in cui la donna viene spesso sessualizzata. Lo studio osserva che questa tendenza a mostrare la donna in modo decorativo o strumentale nelle pubblicità è in aumento. Tanto che ormai ha raggiunto il punto in cui le ragazze si mostrano in pose seducenti al fine di attrarre il pubblico adulto.

Di recente, una serie di commentatori ha sottolineato che anche il mercato dei giocattoli sta risentendo della tendenza alla sessualizzazione. I ricercatori dell’APA hanno dichiarato di essere preoccupati dal fatto che le bambole più in voga, per un’età tra i 4 e gli 8 anni, sono spesso vestite in modo sessualmente provocante.

Lo stesso vale per l’abbigliamento. Le ragazze di età sempre più precoce sono invogliate ad indossare vestiti studiati per mettere in evidenza la sessualità femminile. Anche i trucchi sono spesso commercializzati per le ragazze più giovani.

Tutti questi settori di influenza combinati insieme producono una serie di problemi per le ragazze. Il rapporto dell’APA afferma che la sessualizzazione è legata a tre dei più comuni problemi mentali delle ragazze e delle donne: disordine alimentare, bassa autostima e depressione.

I ricercatori aggiungono che vi sono elementi che dimostrano che la sessualizzazione delle ragazze, e il conseguente sentimento negativo nei confronti del proprio corpo, in definitiva può portare a problemi sessuali in età adulta. Essi affermano che un altro problema si lega all’idealizzazione della giovinezza, come l’unico stadio buono e bello della vita. L’attuale boom dei prodotti anti invecchiamento e della chirurgia estetica è il risultato di questa imposizione di uno standard di bellezza.

### **La vittoria dei cellulari**

Opporre resistenza a questa tendenza iper sessualizzante non è facile, ma due settimane fa in Canada la decenza ha avuto la meglio.

A Gennaio, la maggiore società di telefonia mobile canadese, Telus, ha iniziato l’offerta di immagini e video pornografici per i clienti. La società di Vancouver è stata fortemente criticata dall’Arcivescovo Raymond Roussin. “La decisione di Telus è deludente e riprovevole”, ha dichiarato in un comunicato del 12 febbraio.

In un altro comunicato, di quattro giorni dopo, l’Arcivescovo di Vancouver ha accusato la Telus di produrre danni alla società a causa di questa ricerca del lucro attraverso l’industria pornografica.

L’Arcivescovo ha fatto appello per un servizio di telefonia mobile libero dalla pornografia. Egli ha anche dichiarato di voler dare indicazioni alle chiese e alle scuole cattoliche di non rinnovare i contratti con Telus. In aggiunta il presule ha esortato tutti i cattolici e le altre persone interessate a contattare le società di telefonia mobile per esprimere la propria preoccupazione per la proliferazione della pornografia attraverso i cellulari.

Il 21 febbraio Telus ha annunciato la cancellazione del suo servizio di “contenuti per adulti”. Secondo il quotidiano *Globe and Mail* canadese, la società ha affermato di aver ricevuto centinaia di lamentele da parte dei clienti.

L’Arcivescovo Roussin, in un articolo del giorno seguente, ha espresso favore per questa decisione. “Stiamo solo iniziando a capire con chiarezza la gravità della questione della dipendenza sessuale e pornografica”, ha osservato.

Anche Benedetto XVI ha espresso di recente preoccupazione per gli effetti sulla cultura. Nel suo messaggio per la Giornata mondiale delle comunicazioni sociali, che si svolgerà il 20 maggio prossimo, il Papa ha osservato la tendenza verso l’esaltazione della violenze e della banalizzazione della sessualità.

Il Pontefice ha scritto: “La bellezza, quasi specchio del divino, ispira e vivifica i cuori e le menti giovanili, mentre

la bruttezza e la volgarità hanno un impatto deprimente sugli atteggiamenti ed i comportamenti" (n. 2).

La Chiesa è stata spesso accusata falsamente di essere ossessionata dalla sessualità, da parte dei fautori della cultura moderna. In realtà, è la società contemporanea che soffre di questa ossessione, mentre la Chiesa continua a difendere la dignità e la bellezza della persona umana.

ZI07030703

**Associazione OASI CANA Onlus newsletter**

-----  
designed by Antonio Adorno

<http://www.oasicana.it>

La presente e-mail fa parte del servizio di documentazione del Centro Studi sulla Famiglia "Sedes Sapientiae" dell'Associazione OASI CANA Onlus, ([www.oasicana.it](http://www.oasicana.it)). Si tratta di studi, ricerche, segnalazioni, notizie relative alla Famiglia e alla Vita.

**[Puoi trovare tutte quelle precedentemente inviate http://www.oasicana.it/elenca\\_files\\_2007/elencafilesnw.php](http://www.oasicana.it/elenca_files_2007/elencafilesnw.php)**

Se Ti sono di disturbo o non vuoi più riceverne puoi cancellarti automaticamente [cliccando qui](#)

Chi avesse ricevuto questa mail da altri e volesse iscriversi a questa lista basta che [clicchi qui](#).

**sei iscritto con l'indirizzo [info@oasicana.it](mailto:info@oasicana.it)**

Per qualsiasi esigenza o per segnalarmi eventuali notizie o altro che ritieni sia utile far circolare fra di noi inviandomi una mail a [info@oasicana.it](mailto:info@oasicana.it). - Antonio Adorno

**INFORMATIVA IN MATERIA DI PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI**

Le comunichiamo che i suoi dati personali sono trattati per le finalità connesse alle attività di comunicazione della Associazione OASI CANA Onlus. I trattamenti sono effettuati manualmente e/o attraverso strumenti automatizzati. Il titolare dei trattamenti è l'Associazione OASI CANA Onlus, con sede in Palermo, Corso calatafimi, 1057.

Il responsabile dei trattamenti è l'Ing. Antonio Adorno, domiciliato per la carica presso la suindicata sede.

In relazione ai trattamenti dei dati che la riguardano, lei potrà rivolgersi al suddetto responsabile per esercitare i suoi diritti ai sensi dell'articolo 7 del Codice. In qualunque momento lei lo desidera può richiedere la cancellazione dei suoi dati personali dalla mailing list seguendo le istruzioni suindicate o inviando una e mail all'indirizzo [info@oasicana.it](mailto:info@oasicana.it).