

Bambini nel mirino

Bbc, la propaganda Lgbt è ormai una «missione»

GENDER WATCH

16_08_2020



Dispiace per quanti fino ad oggi hanno provato a minimizzare o semplicemente speravano fosse tutta una fissazione per cattolici un po' così, ma ora la propaganda mediatica Lgbt a danno dei bambini non è più un'ipotesi. È una certezza. Di più: una rivendicazione. A chiarirlo in modo inconfutabile è stata una delle emittenti più importanti del pianeta, l'inglese BBC, a seguito di alcune polemiche sorte giorni addietro

dopo la messa in onda di contenuti che hanno fatto imbufalire numerosissime famiglie e non solo.

Il riferimento è qui a *The next step*, una serie nei palinsesti di CBBC, canale televisivo britannico di proprietà della BBC, dedicato a bambini tra i 6 e i 12 anni. Nel corso di una puntata della serie, due giovani, Jude e Cleo, interpretate rispettivamente da Molly Sanders e Dani Verago, si sono scambiate un bacio lesbico. Per questo, la BBC è stata letteralmente sommersa di lamentele. Si parla di oltre un centinaio di reclami. Ora, fin qui tutto quasi "normale", visti i tempi e visto il fatto che già da anni cartoni animati e prodotti televisivi per minori si sono trasformati in laboratori di propaganda.

Quel che invece lascia davvero di sale è la reazione, rispetto a dette proteste, avuta dalla BBC, la quale avrebbe potuto benissimo minimizzare o far finta di nulla. Invece no. La storica emittente inglese ha deciso di difendere con le unghie e con i denti i contenuti di *The Next Step*, sostenendo che quel bacio saffico era importante perché «ha mostrato ai bambini "che possono essere ciò che vogliono essere"». «Questa», è stato poi aggiunto dalla BBC, «è una parte importante della nostra missione per assicurarci che ogni bambino si senta incluso, che sia al sicuro e che possa essere chi vuole essere».

L'emittente inglese ha pure ricordato – come se ripetere tante volte un errore fosse una cosa buona – che aveva già mandato in onda un bacio gay nel 1994, nella serie per bambini *Byker Grove*, e che le relazioni gay erano già «presenti in altri programmi della CBBC come *Jamie Johnson*, *4 O' Clock Club*, *Dixie* e *Marrying Mum and Dad*». Non solo. La BBC si è pure dichiarata in disaccordo sulle critiche circa l'inadeguatezza dell'età del pubblico per quella scena: «CBBC ritrae regolarmente eterosessuali che si frequentano, si innamorano e si baciano, ed è un modo importante per mostrare ai bambini come sono le relazioni rispettose, gentili e amorevoli».

Ora, è evidente come rispetto a questo episodio gli elementi critici siano numerosi. In primo luogo perché il modo con cui la BBC ha difeso a spada tratta l'idea che a dei bambini – anche di appena 6 anni – debbano essere mostrate delle «relazioni» risponde appieno a quella sessualizzazione del minore cara ad Alfred Kinsey; già, peccato che a quella posizione il dottor Kinsey, padre della rivoluzione sessuale, fosse arrivato approfondendo non lo studio del comportamento dei bambini, bensì quello dei pedofili. Ma andiamo avanti.

Un secondo aspetto rilevante, nei contenuti della serie *The Next Step*, è quello della sua propaganda tesa a normalizzare, agli occhi dei piccoli, le relazioni omosessuali, posto che come abbiamo appena ricordato di «relazioni» la televisione non dovrebbe

semplicemente occuparsi, quando si rivolge a bambini che frequentano le scuole elementari.

Ma soprattutto – terza e più allarmante criticità – in questa vicenda abbiamo un'emittente tra le più potenti del mondo che qualifica la manipolazione dei più giovani tra i suoi telespettatori come «una parte importante della nostra missione». Il che offre una tragica conferma di quanto si diceva all'inizio, e cioè che il tentativo di manipolare i più piccoli veicolando loro contenuti eticamente inaccettabili, dopo questo episodio, rappresenta un dato di fatto. Perfino, pare di capire, un elemento di orgoglio di un canale televisivo, una sua «missione», appunto.

Siamo insomma alla propaganda alla luce del sole. Come si è arrivati a questo punto? Ecco, sarebbe il caso di chiederselo. La sensazione è che, se una potenza come la BBC è giunta ad ammettere il proprio ruolo propagandistico a danno dei bambini e del primato educativo della famiglia, lo ha fatto solo per un motivo: perché sa che le reazioni di protesta, per quanto dure, durano al massimo qualche giorno. Poi anche i più irriducibili, da bravi, tornano a far finta di nulla e tutto torna come prima. Propaganda must go on.