



Commercial
sexual
exploitation
of children

Exploitation
sexuelle
des enfants
à des fins
commerciales

Explotación
sexual
comercial
de los niños

Mondialisation et incitation à consommer

La mondialisation a levé bien des obstacles au progrès qui freinaient les gens – et en particulier les jeunes – dans le monde entier, valorisant du même coup leur créativité et leur ardeur au travail. La technologie dont elle s'est doublée a fait tomber les barrières géographiques qui séparaient les 'nantis' des 'laissés-pour-compte' selon des modalités dont on ne pouvait même pas rêver il y a quelques décennies à peine.

Mais les mêmes processus ont creusé d'autres écarts, en faisant sombrer les pauvres de certains pays dans une pauvreté encore plus abjecte. Et de nouveaux obstacles ont été érigés, faits des aspirations irréalisables de ceux qui ont accès aux images d'une vie meilleure, mais non aux moyens d'y parvenir.

La mondialisation de l'information véhiculée par des réseaux de télévision et de radio capables de desservir le monde entier, la généralisation des biens de consommation sur les marchés internationaux, qui résulte de cette égalisation de l'information sur les produits, et les techniques du marketing de masse, qui permet à la publicité – sophistiquée ou non – de s'incruster au sein des communautés les plus isolées et les moins nombreuses, ont créé des besoins que peu de communautés ont les moyens de satisfaire pleinement.

Forces du marché et aspirations non satisfaites

Les critiques de la mondialisation citent le plus souvent les répercussions de cette incitation à consommer sur les communautés les plus démunies, mais les sociétés plus développées et prospères sont aussi concernées par le divorce entre des aspirations et envies créées par la publicité et la capacité de les satisfaire. Ce fossé entre les aspirations et la satisfaction, chez des jeunes qui, de surcroît, peuvent présenter une carence affective ou les signes d'un déficit familial tels que l'abandon moral ou le stress consécutif à une agression, peut déboucher sur un comportement extrême.

Au Japon, par exemple, on a vu l'impact que de fortes incitations à consommer exerçaient sur les jeunes. Depuis les années 90, beaucoup d'articles de presse ont rapporté que des adolescentes flirtaient avec la prostitution en vendant des services sexuels – souvent de façon occasionnelle ou, tout au plus, semi-régulière – afin de se procurer l'argent nécessaire pour acheter des biens de consommation qui autrement auraient été hors de leur portée. Cette entrée presque circonstancielle dans l'activité sexuelle à des fins commerciales en est venue à être désignée comme 'sortie rémunérée'.

D'aucuns diront (et la presse reprend régulièrement cet argument) que la sortie rémunérée est une affaire de choix personnel et qu'elle n'implique aucune exploitation. C'est donner de l'exploitation une définition trop restrictive. C'est bien d'exploitation qu'il s'agit lorsque les fabricants et les annonceurs s'entendent pour promouvoir de façon tapageuse leurs produits auprès d'enfants et de jeunes qui n'ont pas les moyens de les acheter. Lorsque l'incitation (à consommer) s'accroît jusqu'à dépasser le niveau du tolérable, la situation devient intenable. On recommande traditionnellement aux parents de ne pas céder devant les exigences de leurs enfants jugées excessives, si bien que si de surcroît l'enfant souffre d'abandon affectif ou est maltraité, il ou elle peut se mettre en quête d'autres sources de fonds ainsi que d'une proximité affective éphémère.

Le confusionnisme des valeurs et attitudes

Or, du fait de la confusion culturelle qui accompagne la mondialisation, et qui découle de la commercialisation des mêmes produits dans des sociétés très différentes et de la transplantation de valeurs culturellement appropriées à un pays dans d'autres, les enfants et les jeunes se retrouvent dans un 'vide de valeurs' qui rend difficile de mettre leur corps, les faveurs sexuelles qu'ils accordent et l'estime de soi en balance avec un sweat-shirt de marque ou des baskets à la pointe de la mode. On est bien en présence, là encore, d'une exploitation à des fins commerciales, dans l'optique de laquelle le droit des enfants de ne pas être manipulés et trompés est moins important que la recherche du profit.

L'esprit mercantile, le confusionnisme culturel et l'absence de valeurs sont également transplantés dans la société des pays moins prospères. La plus petite communauté peut être considérée comme un marché potentiel par un monde qui se préoccupe beaucoup moins de l'aider à acquérir le niveau de revenu nécessaire pour acheter les produits proposés sans que son bien-être s'en trouve compromis.

C'est ainsi qu'on a signalé des familles vendant leurs enfants comme travailleurs forcés ou esclaves sexuels afin de pouvoir acheter un poste de télévision ou un réfrigérateur. Un comportement à ce point intéressé n'est certes pas très répandu : comme dans le cas des autres questions se rapportant à l'exploitation sexuelle des enfants à des fins commerciales, l'échange d'un enfant contre un produit de consommation est la résultante non seulement de l'incitation à consommer, mais aussi de l'ignorance, de la dénaturation des valeurs, de la faible valeur reconnue à l'enfant, et à la fillette en particulier, ainsi que des forces persuasives qui exploitent et incitent autrui à exploiter aussi.

Les exploiters qui poussent les enfants à avoir des relations sexuelles à des fins commerciales ne sont pas tous des proxénètes. Il s'agit parfois de leurs parents et de leurs amis. La publicité et le grand capital, les politiques économiques et sociales des gouvernements, le marketing et les médias ont également leur part de responsabilité dans l'exploitation sexuelle des enfants.