

## Roma Europride 2011 ovvero “ la santa alleanza” tra ateisti dell’UAAR ed omosessualisti

L’UAAR, associazione degli ateisti nostrani già da diversi anni partecipa come patner alle varie manifestazioni degli omosessualisti. A Bologna nel 2008 si copirono di ridicolo con i loro cartelloni con la scritta “Zapatero santo subito” oppure “Margherita Hack papa” ma già l’anno dopo a Genova consapevoli della loro brutta figuraccia furono più prudenti. Non è un mistero che tra gli ateisti ci sia un alto tasso di omosessuali ed è probabile che tra i dirigenti dell’UAAR si voglia alimentare proprio negli ambienti omosex l’ostilità verso il Cattolicesimo con la speranza di allargare gli aderenti alla loro campagna anticristiana a favore dello sbattezzo. Comunque il sito UAAR continuamente riporta articoli a favore della lobby omosessualista e presenta sistematicamente gli omosessuali come vittime degli “omofobi” religiosi. In realtà tutto ciò fa parte di una precisa strategia di presa del potere della lobby ateista e omosex che cerca sempre più di ottenere il consenso sociale delle loro pratiche ...

... sessuali immonde moralmente e patologiche psichicamente attraverso queste precise tattiche psico-politiche: 1. “La desensibilizzazione”. Come tutti i meccanismi di difesa psicologici, anche il pregiudizio antigay può diminuire con l’esposizione prolungata all’oggetto percepito come minaccioso. Bisogna quindi “inondare” la società di messaggi omosessuali per “desensibilizzare” la società stessa nei confronti della minaccia omosessuale. 2. “Il grippaggio”. Questa tattica consiste nel presentare messaggi che creino una dissonanza cognitiva nei bigotti cattolici o religiosi antigay, per esempio mostrando a soggetti che rifiutano l’omosessualità per motivi religiosi come odio e la discriminazione non siano “cristiani”; oppure mostrando le terribili sofferenze provocate agli omosessuali dalla crudeltà omofobica. 3. “La conversione”. Con questa tecnica s’intende suscitare sentimenti uguali e contrari rispetto a quelli del bigottismo antigay, ossia infondere nella popolazione sentimenti positivi nei confronti degli omosessuali e negativi nei confronti dei bigotti antigay. La strategia della lobby ateista-omosessualista indica poi “otto principi pratici” per la persuasione della popolazione tramite i mass media da lei guidata. 1. “Non esprimere semplicemente te stesso: comunica!”. L’espressione di sé può avere un effetto liberante, ma è scarsamente efficace. Molto meglio comunicare: [e] gli eterosessuali devono essere aiutati a credere che tu e loro parlate lo stesso linguaggio”. 2. “Non curarti dei salvati e dei dannati: rivolgiti agli scettici”. Gli autori individuano tre gruppi di persone divisi in base al loro atteggiamento nei confronti del movimento gay: gli “intransigenti”, stimati in circa il 30/35% della popolazione, gli “amici”, circa il 25/30% e gli “scettici ambivalenti”, circa il 35/45% questi ultimi rappresentano il target designato: a loro bisogna dedicare gli sforzi maggiori applicando le tecniche di desensibilizzazione con quelli meno favorevoli e di blocco e conversione con i più favorevoli. Le altre due categorie i “dannati” e i “salvati”, vanno rispettivamente “silenziate” e “mobilitate”. 3. “Parla continuamente”. Il metodo migliore per desensibilizzare gli “scettici ambivalenti” sta nel “parlare dell’omosessualità finché l’argomento non sia diventato assolutamente noioso”. Inoltre, è bene dare spazio ai teologi del dissenso perché forniscano argomenti religiosi alla campagna contro il bigottismo antigay. 4. “Mantieni centrati il messaggio: sei un omosessuale, non una balena”. Gli attivisti sono tenuti a parlare esclusivamente dell’omosessualità; associare questo messaggio ad altri può essere controproducente per vari motivi: le organizzazioni che si battono per cause umanitarie o ambientaliste sono generalmente impopolari, più piccole dei gruppi gay e solitamente si occupano di argomenti remoti ed effimeri, come “per esempio” il destino delle balene; inoltre si rischia di confondere le idee rispetto al target. Molto meglio rimanere centrati esclusivamente sull’omosessualità. 5. “Ritrai i gay come vittime, non come provocatori aggressivi”. Per stimolare la compassione i gay devono essere presentati come vittime innocenti; da qui l’enfasi sulla cosiddetta “omofobia”. 6. “Da” ai potenziali protettori una giusta causa”. Ossia: non bisogna chiedere appoggio per l’omosessualità, ma contro la discriminazione e la violenza. 7. “Fa” che i gay sembrino buoni”. I gay devono essere presentati non solo come membri a tutti gli effetti della società, ma addirittura come “pilastri” di essa. Un ottimo modo per farlo sta nel presentare una serie di personaggi storici famosi, per il loro contributo all’umanità, come gay: chi mai potrebbe discriminare, ad esempio, Leonardo da Vinci? ( ma è tutto da dimostrare se era un omo...) 8. “Fa” che gli aggressori sembrino cattivi”. Un ottimo metodo consiste nell’acostare gli “intransigenti”, per esempio, ai nazisti o agli inquisitori. In conclusione Bisogna fare in modo che le autorità di uno Stato laico e democratico come ad esempio un presidente d’Italia come il comunista Giorgio Napolitano possa ogni 17 maggio mandare un messaggio contro l’omofobia che in realtà è un invito al riconoscimento sociale dell’omosessualità mentre le alte gerarchie cattoliche stanno zitte perché impaurite dall’apparire “omofobe” e Don Marcello Stanzione