

## **Le persone LGBT in questo paese non sono né oppresse né perseguitate. Ecco perché**

*All'inizio del "Pride Month" (il Mese dell' Orgoglio Gay) Walsh ci spiega, in questo articolo tra il serio e il faceto, come la raffigurazione della categoria LGBT quale gruppo perseguitato ed oppresso dalla società sia decisamente fuori luogo. E i paragoni che spesso si sentono fare con le discriminazioni subite dai Neri negli USA o dagli Ebrei nella Germania nazista assolutamente ridicoli.*

Ecco un articolo di Matt Walsh nella traduzione di Annarosa Rossetto.

Come tutti sanno, giugno è (negli USA, N.d.T.) il Mese per la valorizzazione della Musica Afro-americana. È anche il Mese della Sicurezza Nazionale e il Mese nazionale del Sorriso. E non possiamo dimenticare che è il Mese della Consapevolezza della SLA, il Mese della Consapevolezza della Cataratta, il Mese della Consapevolezza dell'Ernia, il Mese della Consapevolezza della Miastenia grave, il Mese della Consapevolezza nazionale dell'Afasia, il Mese della Consapevolezza nazionale del Citomegalovirus congenito, il Mese della Consapevolezza nazionale della Sclerodermia e il Mese della Consapevolezza della Scoliosi. Ma tutte queste sacre ricorrenze devono cedere il passo alla più sacra di tutte: il Mese dell' Orgoglio LGBT (Pride Month). In effetti, non abbiamo sentito una sola parola sul cytomegalovirus congenito, nonostante questo sia il mese di consapevolezza per questa malattia, perché ogni azienda, società, celebrità e canale televisivo ha cercato di superare se stessa per celebrare esclusivamente l'orgoglio LGBT. O, più specificamente, l'orgoglio LGBTTQQIAAP. Quest'ultima parte della sigla non va trascurata, anche se è sempre in crescita con l'aggiunta di nuove lettere di giorno in giorno e minacciando di appropriarsi dell'intero alfabeto.

Certo, Microsoft, Facebook, Apple, IBM, YouTube, AT & T, Disney, Chevron, H & M, Adidas, Nike, Reebok, MLB, Listerine, Levi's, American Eagle, Calvin Klein, Express, Target, Michael Kors, ecc., tutti portano offerte votive davanti all'altare LGBT questo mese, ma Budweiser, una società nota per la sua acqua aromatizzata all'alcool, potrebbe aver battuto la concorrenza. In un tweet, Budweiser ha svelato una serie di boccali per commemorare non solo i classici membri LGBT – gay, lesbiche, bisessuali e transgender – ma per rendere omaggio ad alcuni dei personaggi meno noti. C'è un boccale per il genderfluid (no, non è un boccale per *contenere un genere fluido*), un boccale per i non binari, un boccale per individui intersessuali, un boccale per individui pansessuali e un boccale per quelli che sono asessuali, demisessuali e greysessuali. Questi ultimi tre meritano un esame più approfondito.

Budweiser [spiega](#) che gli asessuali sono quelli che non hanno attrazione sessuale per nessuno. Questa è una categoria che comprende circa sette persone su tutta la Terra. I

demisessuali sono quelli che hanno maggiori probabilità di provare attrazione sessuale per qualcuno dopo averne fatto una certa conoscenza. Un altro nome per questo gruppo è “donne”. Ce ne sono circa 3,5 miliardi. I Greysessuali sono persone a volte attratte sessualmente da qualcuno e a volte no. Un altro nome per questo gruppo è “praticamente tutti” e include proprio tutti (tranne i sette asessuali, suppongo).

Sembrerebbe non esserci ancora nessuna etichetta per coloro che sono attratti sessualmente sempre da tutti. Omnisessuali? Fullsessuali? Forse non ci sono persone di quel tipo, scusate? Le persone che abbiano una fluidità del genere non esistono ma questo non ha impedito di creare un’etichetta per loro.

Sorge spontanea una domanda: se gli omosessuali sono sistematicamente oppressi in questo paese, se sono davvero una minoranza perseguitata, allora perché tutte le aziende più potenti della Terra si sfidano a vicenda in una competizione per essere i più pro-gay? E, ancora più ambiguamente, perché le persone voglio così tanto essere incluse in questa minoranza perseguitata da inventare etichette ridicole anche per i più normali appetiti sessuali? E come fanno gli omosessuali a marciare per le strade di ogni grande città, a volte con i [bambini travestiti](#) in testa alla parata, proclamando la loro sessualità a tutto il mondo – anche se il mondo non glielo chiede e non gliene importa – se sono così oppressi? Non ho mai visto l’oppressione funzionare in questo modo.

Confrontiamo questa situazione con quella affrontata dai Neri americani prima dell’era dei diritti civili, o dagli Ebrei nella Germania nazista. Non credo che le voci più ricche e potenti di entrambi i paesi volessero pubblicamente leccare i piedi a quei due gruppi. Non credo che coloro che non appartenevano a nessuno dei due gruppi in nessuno dei due paesi chiedessero a gran voce di esserne inclusi. Le persone LGBT spesso si appropriano degli storici drammi di entrambi i gruppi nel tentativo di dipingersi come vittime, ma il paragone è davvero assurdo.

L’acronimo LGBT si espande perché tutti vogliono entrare nel club. Le persone non si iscrivono ai club perché vogliono essere perseguitate. Le persone si iscrivono ai club a causa dei vantaggi che l’adesione garantirà loro. Quali sono i vantaggi dell’essere LGBT? Beh, intanto per prima cosa, avere il proprio boccale Budweiser. E ottenere anche una infervorata ammirazione da quasi ogni angolo della società. Se questa sia una situazione buona o cattiva, spetta a ciascuno di noi valutarlo. Solo non venitemi a dire che una persecuzione assomiglia a qualcosa del genere. C’è un’altra parola con la “p” che la descrive meglio: Privilegio.

<https://www.sabinopaciolla.com/le-persone-lgbt-in-questo-paese-non-sono-ne-opresse-ne-perseguitate-ecco-perche/>

[https://www.dailywire.com/news/48006/walsh-lgbt-people-are-not-oppressed-or-persecuted-matt-walsh?fbclid=IwAR26qg5fP-\\_7kIHr9\\_NoNKxUNn6c-1GXVtAK0ORvtiDYFz3un6axk2OXrmY](https://www.dailywire.com/news/48006/walsh-lgbt-people-are-not-oppressed-or-persecuted-matt-walsh?fbclid=IwAR26qg5fP-_7kIHr9_NoNKxUNn6c-1GXVtAK0ORvtiDYFz3un6axk2OXrmY)