

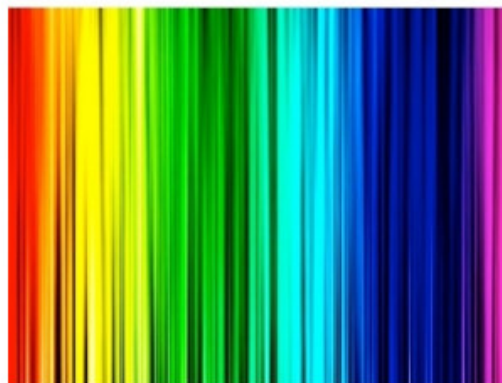
IL LIBRO

Ecco come i gay sposarono l'ideologia del gender

FAMIGLIA

13_05_2015

GIORGIO MARIA CARBONE



GENDER

L'ANELLO MANCANTE?

ESD

Pubblichiamo un capitolo del libro recentemente uscito, intitolato "Gender" e scritto da padre Giorgio M. Carbone per le Edizioni Studio Domenicano (ESD), che spiega come l'ideologia del genere, lanciata dal medico chirurgo John Money, è stata fatta propria dall'attivismo gay. Un passaggio interessante che aiuta a capire anche la strategia attuale del movimento gay.

La nuova accezione di genere e la correlativa separazione tra identità sessuale e ruolo sessuale, formulate da John Money, sono accolte anche dagli attivisti del mondo omosessuale.

Oltrepassare i ruoli sessuali

Già nel luglio del 1969 il Gay Liberation Front, una delle associazioni all'epoca tra le più attive negli Stati Uniti, aveva esplicitato i propri obiettivi in modo molto chiaro: «Noi siamo un gruppo rivoluzionario di uomini e donne, costituitosi prendendo coscienza che la completa liberazione sessuale per tutti non può avvenire finché le istituzioni sociali esistenti non siano abolite. Noi rifiutiamo il tentativo della società di imporre ruoli sessuali e definizioni della nostra natura. Noi stiamo oltrepassando questi ruoli e semplicistici miti»¹.

Se consideriamo che nel 1969 l'orientamento omosessuale era considerato una malattia mentale e molti Stati della Federazione condannavano penalmente la condotta omosessuale, quelle parole suonarono come una dichiarazione di guerra.

Inoltre, si tenga presente di un altro dato di fatto: nel marzo dello stesso anno, 1969, Frederick Jaffe, primo presidente del Guttmacher Institute e vice-presidente della International Planned Parenthood Federation (enti statunitensi noti per la promozione di campagne abortiste e contraccettive) redige per Bernard Berelson, presidente del Population Council, e per l'Organizzazione Mondiale della Sanità un memorandum strategico per ridurre la fertilità umana. Tra i mezzi funzionali allo scopo di ridurre le nascite Jaffe individua i seguenti:

«Ristrutturare la famiglia, posticipando o evitando il matrimonio; alterare l'immagine della famiglia ideale; educare obbligatoriamente i bambini; incrementare percentualmente l'omosessualità»².

Si tratta solo di una coincidenza di date o di un unico e articolato progetto politico?

Le ragioni di un successo

Nell'arco di pochi anni la situazione mutò radicalmente in ragione di diversi fattori.

1. Molti giovani attivisti iniziano a rifiutare la parola "omosessuale" perché – a loro dire – sarebbe troppo clinica e ridurrebbe l'omosessualità al solo atto fisico rafforzando così l'idea che l'omosessualità ruota solo intorno al sesso, e così scelgono la parola "gay"³.

«Poiché la comunità nera si è posta lo stesso tipo di problemi e di obiettivi e ha ottenuto un discreto successo adottando il motto "nero è bello" la North American Conference of Homophile Organization delibera di adottare lo slogan "gay è bello"»⁴.

Questa operazione linguistica fu funzionale a presentare le persone omosessuali, non più per le loro abitudini sessuali, ma per una specie di gaiezza, di felicità che sarebbe mancata agli altri gruppi di persone, e quindi conferiva loro una connotazione positiva. Poi, lo slogan "gay è bello", richiamando implicitamente "nero è bello", otteneva un altro eccellente risultato, quanto meno a livello inconscio: se discriminare chi è nero è razzismo, allora anche discriminare chi è gay è razzismo. Accomunando i gay ai neri, gli attivisti diventavano una nuova "razza", che lottava per la propria emancipazione.

2. Il 15 dicembre 1973 l'American Psychiatric Association annuncia l'esito di un referendum condotto al suo interno: l'omosessualità non comparirà più nel Diagnostic and Statistical Manual, cioè nella lista ufficiale dei disordini mentali. Su questo tema ritorneremo più ampiamente dopo .

3. Il successo della strategia elaborata da Marshall Kirk e Hunter Madsen. Gli obiettivi sono: 1) la gente comune deve accettare la cultura gay; 2) le unioni gay devono essere un diritto; 3) l'opposizione deve essere messa a tacere; 4) i movimenti gay devono conquistare il potere.

I mezzi strategici sono quattro. 1) *Desensitize*, cioè anestetizzare o distrarre dalla minaccia omosessuale, inondando la società di messaggi omosessuali perché l'esposizione prolungata a tali messaggi fa diminuire il pregiudizio contro di essi. Ad es.: «Parla dell'omosessualità finché il tema non sia diventato assolutamente noioso» (178)⁵. 2) *Jam*, cioè bloccare, mettere a tacere chiunque abbia un'opinione diversa. Ad es.: «Ritrai i gay come vittime, e non come provocatori violenti». 3) *Convert*, cioè condurre la gente comune ad avere atteggiamenti positivi verso i gay e oltraggiosi verso gli anti-gay. Ad es.: «Dai ai potenziali simpatizzanti una giusta causa» (187). 4) «Usare immagini che distraggano, blocchino o convertano il bigotto a un livello emotivo» e per converso «sfidare le opinioni e le azioni omofobiche su di un livello (non troppo) intellettuale. Ricorda che il messaggio razionale serve a mimetizzare la nostra sottostante richiesta

emotiva» (173). Perciò non bisogna dare neanche l'impressione di voler essere contro la famiglia, bisogna chiedere appoggio, non a favore dell'omosessualità, ma solo contro la discriminazione (cf. 83 e 90).

Il traguardo dichiarato è la normalizzazione:

«Il punto vero è che le unioni civili sono un obiettivo simbolico formidabile. Rappresentano la legittimazione dell'identità gay e lesbica attraverso una battaglia di libertà come quelle sul divorzio o sull'aborto, che dispone di argomenti semplici e convincenti: primo tra tutti la proclamazione di un modello normativo di omosessualità rassicurante [...]. Pressappoco il messaggio è questo: i gay non sono persone sole, meschine, nevrotiche, ma persone splendide, affidabili ed equilibrate, tanto responsabili che vogliono metter su famiglia. Con questa immagine affettiva, non esente dai rischi di perbenismo, si fa appello ai sentimenti più profondi del Paese e si vede a portata di mano il traguardo della normalità» (212).

Si noti l'insistenza con cui è detto che i discorsi devono fare appello all'emotività degli interlocutori. Non meraviglia perciò se i grandi mezzi di comunicazione affrontino il tema dei cosiddetti diritti dei gay non sul piano della ragione, ma sul piano della compassione, costruendo ad esempio casi pietosi oppure erigendo a sistema casi reali ma particolarissimi.

¹ Si tratta dello *Statement of Purpose* [Dichiarazione di intenti] riprodotto in CLENDINEN D., NAGOURNEY A., *Out for Good. The Struggle to Build a Gay Rights Movement in America*, Simon & Schuster, New York 1999, 32.

² JAFFE F. S., *Activities relevant to the study of population policy for United States*, Memorandum to Bernard Berelson (11 marzo 1969); ID., in «Family Planning Perspective» 1970, 2, 4, 25-31. Il Memorandum è tradotto e ampiamente riportato in PUCCEITI R., CARBONE G., BALDINI V., *Pillole che uccidono*, Edizioni Studio Domenicano, Bologna 2012, 2a ed., 190-193.

³ Cf. CLENDINEN D., NAGOURNEY A., *Out for Good*, cit., 30-31.

⁴ Risoluzione della North American Conference of Homophile Organization, citata in DANNEMEYER W. E., *Shadow in the Land. Homosexuality in America*, Ignatius Press, San Francisco 1989, 127.

⁵ KIRK M., MADSEN H., *After the Ball. How America will conquer its fear and hatred of Gays in the 90's*, Penguin, New York 1989, il numero della pagina citata è indicato nel testo tra parentesi tonde.