LA NUOVA BUSSOLA QUOTIDIANA
Direttore Riccardo Cascioli
FATTI PER LA VERITÀ

CAMPAGNA DIABOLICA

# Pillole e spot blasfemi, ora si premia l'offesa a Dio

ATTUALITà 18_06_2019

***Ermes Dovico***

La contraccezione, anche se "d'emergenza", elevata dogmaticamente a panacea e venerata come un idolo, ignorando gli stessi fatti medici che si dice di conoscere. L'offesa a Dio, e a tutto quanto vi è di più sacro, permessa, sostenuta, addirittura premiata. «Usala, fa miracoli!», si legge nella scritta che accompagna l'immagine deturpata del capolavoro di Botticelli raffigurante l'Annunciazione, in cui si vede san

Gabriele Arcangelo offrire alla Vergine Maria una confezione di EllaOne, la cosiddetta pillola dei cinque giorni dopo, che oltre a funzionare come contraccettivo può avere in alcuni casi effetti abortivi, impedendo l'annidamento dell'embrione nell'utero.

**La blasfemia in questione**, che irride il mistero centrale nella storia della salvezza, è il progetto vincitore dell'iniziativa *Informi-amici*, promossa dalla Società medica italiana per la contraccezione (Smic) e dall'associazione LaScelta e che da tre anni coinvolge gli studenti di quarta di diversi licei artistici: la campagna è volta, si legge sul sito Internet di *Informi-amici*, «all'educazione all'affettività e al rispetto dell'altro (prevenzione del cyberbullismo), alla prevenzione delle infezioni a trasmissione sessuale e alla contraccezione». Di questi obiettivi si può dire che solo l'ultimo, contrario alla morale naturale, sia centrato.

**Intanto, far credere che le malattie sessualmente trasmissibili - per esempio l'Aids - si prevengano con il preservativo equivale a veicolare un mito**: il condom ha infatti una struttura porosa che in certe condizioni, anche se usato correttamente, lo rende penetrabile all'Hiv. Parlare di educazione all'affettività è poi fuori luogo, perché è chiaro che l'idea di fondo di questi gruppi è il sesso senza amore e sganciato dalla responsabilità, mentre riguardo al «rispetto per l'altro» si può tranquillamente stendere un velo pietoso, visto che la Smic e compagni non si sono fatti problemi a diffondere e premiare un'immagine che offende, senza bisogno di fare un giro sui social per capirlo, ogni fedele cristiano.

**Il fatto è tanto più grave** se si pensa che il progetto vincitore, nato in seno all'Istituto Giorgi-Woolf di Roma, è stato ideato da un gruppo di studenti coordinati da una professoressa. Un'educatrice adulta, insomma. Questo stesso gruppo ha presentato un altro spot dove un celebre dipinto di Tiziano, *Adamo ed Eva nel paradiso terrestre*, è modificato con l'aggiunta di un preservativo, offerto da Satana a Eva, e la scritta: «Prendilo, non è peccato». Come inganno diabolico, in effetti, è azzeccato. Difficile poi stabilire se sia più triste che degli studenti di un liceo artistico si prestino a ridicolizzare alcuni dei capolavori dell'arte italiana, direttamente legati al cristianesimo, oppure che a coordinarne gli afflati blasfemi siano degli insegnanti che dovrebbero formarli all'amore per l'arte.

**Gli studenti del progetto #Usalafamiracoli sono stati premiati dalla Smic con una borsa di studio di 1.000 euro a testa**, mentre «il premio speciale della giuria», 500 euro complessivi, è andato a un gruppo del Liceo Caravaggio di Roma, autore di un altro progetto che gioca, anche qui in modo blasfemo, con il nome di Dio. Il tutto è ovviamente celebrato come "originale" e "creativo", termini che non solo fanno pena se

accostati alle opere vilipese nel loro messaggio (il fine dell'arte sacra è sempre stato la catechesi), ma sono oltremodo falsi, dal momento che oggi - tra chi è a corto di idee e vuole esprimere una determinata ideologia - è divenuto comunissimo dare una rappresentazione deformata di immagini e oggetti sacri, crocifissi compresi.

**C'è insomma una sistematica irrisione della fede cristiana**, che la dice lunga sui fini dell'iniziativa. La sua gravità ha portato l'associazione *Non si tocca la famiglia* a scrivere al Ministero dell'Istruzione, denunciando la diffusione di «contenuti che risultano in antitesi con i principi e i valori educativi del sistema scolastico» e definendo un «atto di vilipendio alla religione cattolica oltraggiare immagini di altissimo valore artistico e religioso». Non sappiamo se verranno presi provvedimenti, ma certo quel che è successo non è sinonimo di civiltà. Anzi, è fonte di scandalo, nel senso proprio del termine. Poi, la cultura laicista dominante può inventarsi tutte le "fobie" di questo mondo e invocare per esse l'istituzione di nuovi reati e pene ad hoc, ma questi episodi confermano che a duemila anni dall'Incarnazione l'unica "fobia" tollerata è quella diretta contro Gesù Cristo e chi lo ama. Giocando sull'insegnamento evangelico, da osservare ovviamente sempre, che come cristiani siamo chiamati ad amare e pregare anche per i nostri nemici (tra l'altro, è il Vangelo del giorno), che comunque è ben diverso dall'applaudire o appoggiare le loro malefatte. Meglio chiarirlo, in tempi di confusione. Senza dimenticare, innanzitutto, di offrire atti e preghiere per riparare le offese ai Sacri Cuori di Gesù e Maria, che celebreremo a giorni.

**Al cuore dell'iniziativa promossa dalla Smic c'è infatti semplicemente un rifiuto di Cristo**, ben racchiuso nello stesso spot che ha vinto il primo premio: Maria che riceve una pillola contraccettiva-abortiva nel bel mezzo dell'annuncio angelico in cui le viene comunicato il concepimento verginale di Gesù. Difficilmente si poteva trovare un messaggio più offensivo e infernale di questo, figlio di una totale mancanza di quello che è un dono dello Spirito Santo, il timore di Dio. Il rifiuto di Dio si riflette nel rifiuto dell'altro, in primis la libera offesa dei cristiani (per inciso, dubitiamo che la Smic si azzarderebbe mai a oltraggiare così Maometto), e quindi nel rifiuto di donare la vita, che è anche il modo in cui Lui ci ha resi partecipi della Sua opera creatrice. Un rifiuto della maternità e paternità.

**Non per nulla la Smic si dichiara collaboratrice dell'International Planned Parenthood Federation (IPPF)**, il famigerato colosso che promuove e lucra su contraccezione e aborto in tutto il mondo, nato dalla mente eugenetica di Margaret Sanger.

**La diffusione della cultura contraccettiva è diretta conseguenza della perdita di fede**

delle nostre società occidentali. E in questo la stessa Chiesa di oggi ha la sua responsabilità avendo in gran parte abdicato, con poche lodevoli eccezioni, alla sua missione di insegnare e spiegare il perché la contraccezione è un atto contrario all'ordine della natura e quindi alla nostra stessa felicità. Come ulteriore conseguenza, a 51 anni dal Sessantotto e dalla profetica *Humanae Vitae* di san Paolo VI, la contraccezione si è oggi tramutata in un "bene" scontato, così scontato da divenire tema di insegnamento attraverso iniziative blasfeme come quella raccontata o controversi corsi extracurriculari che favoriscono l'ipersessualizzazione di bambini e ragazzi.

**Un'ipersessualizzazione che fa al tempo stesso il gioco dei movimenti pedofili**, come avverte da tempo don Fortunato Di Noto con la sua Meter, e attenta alla purezza dei piccoli, allontanandone molti da Dio. Perché alla base di tutto c'è sempre la battaglia escatologica, che si gioca innanzitutto nei nostri cuori, cioè nel nostro "sì" che possiamo dire a Gesù, come Maria, o possiamo rifiutargli. Questa è la scelta su cui si gioca la nostra eternità, che si decide qui e ora.