



Balenciaga pasticcia
con una campagna
che mescola bambini
e sadomasochismo
foto di minorenni
impagliate con perizoma
e cinghie 'bondage'



Balenciaga, Disney e gli spettri

ariannaeditrice.it/articoli/balenciaga-disney-e-gli-spettri

di Roberto Pecchioli - 04/12/2022



Fonte: EreticaMente

La casa di moda Balenciaga, del gruppo Kering, gigante del lusso titolare dei marchi Gucci, Saint Laurent, Bottega Veneta, Alexander McQueen, Brioni, Boucheron, Pomellato, DoDo, Qeelin, ha impostato la propria campagna pubblicitaria natalizia su immagini di bambini con in mano orsetti di peluche legati e insanguinati, vestiti con calze a rete, tra catene e abiti d'impronta sadomaso. Il colosso della comunicazione per ragazzi Walt Disney ha lanciato un lungometraggio animato intitolato Strange World (mondo strano) il cui protagonista è un adolescente omosessuale che si innamora di un suo amico. Il filmato, destinato – vale la pena ribadirlo – a un pubblico di bambini e minorenni, contiene propaganda contro la famiglia naturale, paradisi multietnici e strizzate d'occhio all'ambientalismo d'accatto. Un prodotto LGBT-friendly e "inclusivo", mentre la stessa Disney ritira dal mercato Dumbo e Lilli il vagabondo in quanto razzisti e diseducativi. Viviamo in un mondo di spettri, in cui il male, il basso, gli istinti malati e le peggiori parafilie sono non solo sdoganati, ma elevati a modelli. I più scuri fantasmi notturni, i vizi e le follie di una setta di allucinanti diventano normalità da praticare, esibire, applaudire. In tempi normali, tutto sarebbe affidato alle cure degli psicoterapeuti; oggi malato è chi si indigna. E' tornata sul trono Semiramide, la regina assira famosa per la sfrenata lussuria. Dante – in attesa di essere censurato per sessuofobia – così la descrive: a vizio di lussuria fu sì rotta /che libito fè licito in sua legge, per torre il biasmo in che era condotta. I tempi sono cambiati: nessun biasimo, bensì imitazione, e "libito", – piacere, desiderio e capriccio – è non solo lecito, ma obbligatorio.

Sconvolge constatare la sostanziale indifferenza di massa, il silenzio della politica, della cultura e perfino delle autorità spirituali. D'altronde, i messaggi sono mediati dalla pubblicità e chi la produce e la diffonde è, per il mercato dell'informazione, un prezioso investitore. Come attaccarlo, se fornisce fatturato e paga lo stipendio di chi dovrebbe

difendere la verità o almeno la decenza? Infatti, le reazioni alla campagna di Balenciaga – che ha ritirato i filmati, ma ha conseguito il doppio obiettivo di far parlare di sé e aprire la finestra di Overton sulla pedofilia, la perversione sadica e il satanismo – sono arrivati da personalità, organi di stampa e ambienti alternativi al mainstream degli spettri.

Semiramide più il marchese De Sade. Ecco alcune delle massime del famoso libertino francese. “Poiché non c’è dubbio che il dolore viene avvertito più vivamente del piacere, gli shock che avremo nell’aver procurato agli altri questa sensazione, imprimeranno una vibrazione più violenta, si ripercuoteranno più energicamente in noi, metteranno in circolo con più forza gli spiriti animali che, con la tendenza a determinarsi nelle regioni basse per il movimento di retrogradazione che è loro essenziale, interesseranno anche gli organi della voluttà e li disporranno al piacere.” E ancora: “tutti i principi morali sono solo oziose fantasie. Una bella ragazza deve solo dedicarsi a fottere e non a generare. Il mio più grande dolore è che non esiste un Dio, e quindi mi vedo privato del piacere di insultarlo più positivamente. “

Il mondo notturno degli spettri è al potere nel libero, progressivo, illuminato Occidente.

Risulta emblematica la personalità dell’autrice della campagna pubblicitaria di Balenciaga, una stilista di origine russa immigrata in Occidente, Lotta Volkova. Il suo profilo Instagram è pieno di immagini di scene con bambini macchiati di sangue, foto di scabrosi riti satanici, orsi di peluche bondage. In una pubblicità precedente curata dalla Volkova una foto mostra una borsa con la foto di un foglio. Allargando l’immagine, si constata che si tratta di un documento della Corte Suprema americana che negava ai contenuti pedopornografici lo status di libertà di espressione. Difficile pensare che nell’allestimento fotografico il foglio sia finito lì per caso.

In un’altra immagine appare una bimba bionda in costume da bagno rosa, sdraiata su un fianco che saluta la telecamera, un ragazzo con i tacchi, una camera da letto che sembra ricoperta di macchie di sangue, e un orsacchiotto avvolto in quello che pare un nastro rosso. Ci sono istantanee di bambini legati mani e piedi ad una sedia, altri che sollevano teschi, nonché espliciti richiami a riti satanici. Poi un uomo e una donna avvolti in sacchetti di plastica e abbracciati, una donna che sembra sacrificarsi per “il diavolo”, riferimenti a Moloch, entità demoniaca orientale che divorava bambini vivi.

Secondo uno specialista di moda, Lotta Volkova è riuscita a fare sì che piacciono gli abiti brutti. La bruttezza e la bizzarria dominano la moda e trascinano da ogni ambito della comunicazione, dello spettacolo e della pubblicità. Se la bellezza salverà il mondo, come pensava Dostoevskij, ne consegue che la bruttezza lo rovinerà, se non lo ha già fatto, gettandolo nelle spire di vizi, perversioni e autentiche follie diventate pane quotidiano. I gusti e le preferenze delle classi dominanti diventano rapidamente patrimonio della massa, tanto più oggi in cui la forza pervasiva dei messaggi è immensa mentre il dissenso, la ripulsa e la rivolta morale vengono ridicolizzate. È la piaga dei tempi quando i pazzi guidano i ciechi, esclama il conte di Gloucester nel Re Lear di Shakespeare. Noi, accecati, non vediamo l’abisso in cui siamo scaraventati.

Brutto è il bello e bello è il brutto: ancora Shakespeare, le streghe di Macbeth. In questi tempi terminali, il Kaly Yuga che ci è toccato in sorte, non riconosciamo l’indottrinamento subdolo e malefico. La Disney intende esibire tra i suoi personaggi per ragazzi almeno il 50 per cento di soggetti LGBT, lesbiche, gay e transessuali, ossia forza e nega la realtà in nome di una turpe ideologia promossa dalle élite. Le voci su comportamenti privati

abominevoli di personaggi di altissimo livello non devono essere tutte false, se gli esiti sono questi: dai frutti li giudicherete, disse Gesù ai discepoli. Oggi ci espropriano del diritto a giudicare e di farlo con il metro della legge naturale, della normalità negata, del senso comune.

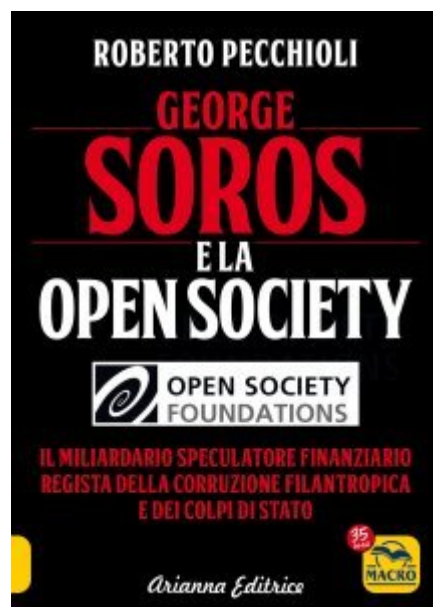
La campagna di Balenciaga è un chiaro invito alla sessualizzazione infantile, aggravato da un'ambientazione il cui chiaro intento è evocare perversioni sessuali, sino alla pedofilia. Disgusta la "giustificazione" del fotografo che ha realizzato gli scatti. Su Repubblica afferma con pelosa ipocrisia: "il mio ruolo sul set non era decidere la linea stilistica del brand: ero il fotografo, e basta". La banalità del male: un altro Monsù Travet della dissoluzione, a cui è vano rammentare il monito di Solzhenitsyn. Per combattere il male, l'unica arma vincente è la verità. E se non si è capaci di dire il vero per timore delle conseguenze, si deve quanto meno evitare che dalle nostre labbra escano menzogne e dal nostro agire collaborazione con le forze del male. Il grande scrittore, vigoroso testimone della verità, così scriveva il giorno dell'espulsione dall'Unione Sovietica: "quando l'uomo volta le spalle alla menzogna, questa smette immediatamente di esistere. La chiave della nostra liberazione è il rifiuto di partecipare personalmente alla menzogna".

La strategia di comunicazione di codesti contrabbandieri della falsità, venditori di bugie, non è certo casuale, espressione di un ambiente elitario cosmopolita, interno all'area culturale progressista. Un collettivo artistico di New York, epicentro del sisma, ha commercializzato scarpe dei marchi più importanti al cui interno erano state inserite gocce di sangue umano. Il numero degli esemplari prodotti era 666, il numero di Satana nell'Apocalisse di San Giovanni. Anche Netflix fa la sua parte: il film Cuties contiene scene di balli eseguiti da minori con espliciti richiami sessuali.

Impressiona la deriva delle istituzioni universitarie d'Occidente, mai come oggi terra del tramonto. Gesù era transessuale, asserisce al prestigioso Trinity College britannico un giovane ricercatore. L'osservazione di vari dipinti sulla Crocifissione lo ha convinto che Cristo "aveva un corpo trans". Il giovanotto sta completando il dottorato sotto tutela dell'arcivescovo di Canterbury Rowan Williams, massima autorità della chiesa anglicana. La ferita al costato di Gesù, secondo il virgulto dell'élite anglosassone, "assume un'apparenza risolutamente vaginale". Il corpo gli appare "simultaneamente maschile e femminile". Anziché accompagnarlo alla porta con cortese fermezza, le autorità accademiche hanno lodato il giovane, le cui idee "aiutano a riflettere sulle questioni relative ai trans di oggi". Il massimo problema dell'umanità, non c'è che dire. L'Italia non è al riparo dalle follie di una civilizzazione degenerescente: in una scuola di Empoli i maschietti sono stati vestiti da ballerine. Divertente, soprattutto educativo, nevero? A Bologna in arriva la vulva di peluche per educare i bambini dell'asilo. Tutto pagato dall'arciprogressista amministrazione regionale. In più, avverte deliziata la solita Repubblica, c'è il "libro pop up Vagina and periods per la scuola materna". Chissà che significa. In Catalogna l'Associazione Avvocati Cristiani ha chiesto al tribunale misure cautelari affinché venga annullato il programma CoEduca't, un piano di "educazione affettivo-sessuale lanciato per aiutare i centri educativi a promuovere e rendere visibile la prospettiva di genere, la coeducazione e l'educazione sessuale affettiva". Tra i materiali destinati ai bimbi del secondo ciclo dell'Educazione della Prima Infanzia (dai 3 ai 5 anni), c'è un laboratorio in cui viene insegnato a masturbarci. In altro materiale rivolto agli

studenti del terzo e quarto anno della scuola secondaria, ci sono consigli su come praticare il sesso orale o masturbarsi, e si insiste sulla gratuità dell'aborto, che in Spagna può essere praticato a minorenni senza consenso dei genitori. Stupisce che ci voglia un'associazione cristiana per cercare di opporsi: non basta essere uomini e donne con due mani, due piedi, un cuore e un cervello?

Potremmo citare pagine intere di corruzione mentale e morale, di capovolgimento del buono, del bello, del giusto e del vero. E' in pieno svolgimento una gigantesca operazione di corruzione fin dall'infanzia, menzogna e mistificazione. Chi non la vede, è già perduto. Chi se ne accorge e tace, è un complice. Una sentenza buddista esorta a non sottovalutare il male, pensando che non ci toccherà. "Un vaso si riempie anche goccia a goccia; lo stolto si riempie di male accumulandolo poco a poco." Non ci basta quel che vediamo, quel che subiamo, non ci spaventa lasciare il nostro angolo di mondo, quest'Occidente invertito e morente, nelle mani di sconvolti, disturbati, mentitori seriali? Gli spettri, nel dramma teatrale di Ibsen, sono i borghesi, corrotti dentro e puliti fuori. Il mondo postborghese ha gettato l'ultima maschera: gli spettri sono a volto e anima scoperta con la loro ripugnante bruttezza, con i loro valori rovesciati, con il loro misero potere. Ciò che è marcio è destinato alla morte, che arriverà prima di quanto credano. Avvelenano i cuori, corrompono i corpi, mentono e ridono soddisfatti. Ma non in mio nome!



George Soros e la Open Society - Libro