

# Publicità choc in tv sull'aborto: è polemica

DA LONDRA **ELISABETTA DEL SOLDATO**

**A**ndrà in onda la prossima settimana, ma in Gran Bretagna ha già scatenato una feroce polemica. «Sei in ritardo?». Se è così «rivolgiti al seguente numero...». È chiara, diretta e inequivocabile la pubblicità a favore dell'aborto che verrà trasmessa sulla televisione britannica.

Il video di trenta secondi andrà in onda alle 22.10 lunedì prossimo su *Channel 4*, che lo terrà nel palinsesto fino alla fine di giugno. Il messaggio è stato studiato in collaborazione con Marie Stopes, associazione no profit che assiste le donne che vogliono abortire, molto criticata dai gruppi e dalle associazioni contrarie all'aborto: non farà altro che peggiorare la situazione – dicono unanimi – e farà aumentare il numero degli aborti, già tra i più alti in Europa con 215.975 mila gravidanze interrotte solo nel 2008.

Alcuni di questi gruppi stanno ora considerando un'azione legale contro la decisione di mandare in onda lo spot. Marie Stopes ha «interesse finanziario a incrementare la doman-

da di aborti», ha detto senza mezzi termini ieri Anthony Ozimic, portavoce di un'associazione pro-life. E ha spiegato: «Il fatto che si tratti di una grande organizzazione e che abbia introiti enormi significa che può permettersi la pubblicità in tv che invece i gruppi pro-life non possono permettersi. Marie Stopes gioca in vantaggio su un territorio che non è uguale per tutti». Senza contare, ha continuato, «che non dovrebbe essere permesso a nessuno di pubblicizzare l'uccisione di bambini non ancora nati. Lo spot pro-aborto è un insulto alle centinaia di donne ferite dall'aborto ogni giorno. Pubblicità come questa sono offensive, e manipoleranno i telespettatori quanto alla realtà dell'interruzione di gravidanza».

Il video sotto accusa mostra una ragazza alla fermata dell'autobus, e poi domanda: «Sei in ritardo?». Al termine del filmato compare il numero verde dell'associazione.

«Lo scorso anno abbiamo ricevuto 350mila telefonate – si difende la direttrice di Marie Stopes, Dana Hovig –. È chiaro che ci sono centinaia di migliaia di donne che vogliono e hanno bisogno di informazioni sulla loro salute sessuale e consulenze sul-

l'accesso ai servizi». Ma per Michaela Ston, portavoce del gruppo per la vita Life, permettere ai promotori dell'aborto di fare pubblicità in tv è assurdo: «Reclamizzare l'aborto come si pubblicizzano macchine e detersivi è grottesco. Suggestendo che è una scelta dei consumatori si riduce al minimo il significato della vita umana e si contravviene completamente allo spirito dell'Atto sull'aborto del 1967, che era stato studiato per permettere un numero limitato di aborti in casi estremi». Già lo scorso luglio la Bcap, l'autorità britannica che regola la pubblicità radiotelevisiva, aveva autorizzato spot televisivi che «reclamizzano le attività dei consulenti e delle cliniche specializzate negli aborti». Era stato il passo decisivo per aprire le porte della tv.

Immediata la reazione dei vescovi di Inghilterra e Galles: «L'aborto – ha dichiarato ieri un portavoce dei vescovi inglesi – non è un prodotto di consumo. Presentarlo in questo modo è lesivo del rispetto della vita ed è altamente dannoso per le donne che potrebbero sentire la pressione fino a prendere una decisione frettolosa che non potrà più essere cambiata. Permettere la pubblicità dell'aborto non è nell'interesse della salute psicofisica delle donne».

Un fermo immagine dello spot, della durata di trenta secondi, che da lunedì sera andrà in onda sulla rete privata Channel 4



## Londra

Da lunedì su Channel 4 uno spot promuoverà gli interventi. «Offensivo reclamizzare la morte come fosse un detersivo»

