

Lo spot sui vaporetti

Publicità per la pillola abortiva Il Patriarcato esprime amarezza «Non è un problema di fede»

VENEZIA «Con amarezza si vede pubblicizzare la pillola abortiva come una “conquista da difendere” e un agire “in tutta sicurezza”, così banalizzando e riducendo l’esperienza ben più complessa e totalizzante che la donna vive e tacendo completamente la vita del bambino». L’Ufficio pastorale familiare del Patriarcato di Venezia entra nella polemica nata nei giorni scorsi per la presenza di cartelloni pubblicitari che promuovevano l’aborto farmacologico come «una conquista da difendere» a bordo di vaporetti e autobus dell’Actv. Sono stati alcuni consiglieri del Popolo della Famiglia a denunciare «l’inopportunità che un’azienda pubblica

sottoscrive senza preventiva valutazione un messaggio simile che avvalta la tragica modalità scelta dall’Unione atei agnostici razionalisti per veicolarlo». «Catturare l’attenzione con espressioni di effetto è una tecnica pubblicitaria», risponde a distanza lo **Uaar** ricordando l’importanza della prevenzione ma anche la necessaria conoscenza «di un’alternativa serena all’aborto clandestino e all’operazione chirurgica». Ma non è una questione di fede, ricorda il Patriarcato citando quanto disse Papa Francesco a un convegno di due anni fa. «Si sente dire: “Voi cattolici non accettate l’aborto, è il problema della vostra fede”.

E invece no, è un problema pre-religioso, un problema umano. Non carichiamo sulla fede una cosa che non compete». Non a caso la Pastorale della famiglia sottolinea come «lasciare una donna a gestire nell’anomato e nella solitudine la decisione di escludere la vita di un nascituro, significa abbandonarla, gravata da un peso da scrollarsi il primo possibile» e promuove il Centro di aiuto alla Vita che a Mestre si trova in via Altobello. Il deputato dem Nicola Pellicani invece promuove l’Aied (l’associazione italiana per l’educazione demografica) che ha festeggiato i primi 50 anni di contraccezione legale, con

una interrogazione al ministero della Salute chiedendo «quali iniziative intende assumere perché la contraccezione possa rientrare tra i fondamentali diritti alla salute». «Fare una polemica simile sulla pubblicità per la pillola abortiva nel 2022 mi sembra inopportuno e fuori dal tempo — specifica Pellicani — Serve maggiore informazione promuovendo e incentivando le attività dei consultori e campagne di informazione sulla salute riproduttiva a partire dalle scuole». Ma per il Patriarcato «l’aborto non è mala la risposta che le donne e le famiglie cercano. Il rifiuto della vita nasce dalla paura. L’accoglienza dell’altro infatti p una sfida all’individualismo». (f. b.)



Lo spot contestato La pubblicità presente a marzo a bordo dei vaporetti e degli autobus

Pellicani
Interrogazione pd: promuovere la contraccezione e il ruolo dei consultori

”
La pastorale Banalizzata l’esperienza della donna, la pubblicità tace sulla vita del bambino

