

# Pillola abortiva sui battelli, è scontro Il patriarcato: «Siamo amareggiati»

## LA POLEMICA

VENEZIA Divide, come ci si aspettava, lo spot sulla pillola RU486, la campagna promozionale pro aborto farmacologico pubblicizzata fino a un paio di giorni fa su vaporetta e bus. A scatenare reazioni opposte, i termini scelti da Uaar per proporre la terapia farmacologica uniti alla leggerezza con cui la reclame è stata riproposta dall'azienda di trasporto pubblico locale Vela.

La cosa non è piaciuta al patriarcato: «Con amarezza - spiega in una nota - 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 della vita del bambino. Si sente dire, ricordava papa Francesco a un convegno promosso dal Dicaste-

ro per i laici, la famiglia e la vita (25 maggio 2019), "Voi cattolici non accettate l'aborto, è il problema della vostra fede". E invece "No: è un problema pre-religioso. La fede non c'entra. Viene dopo, ma non c'entra: è un problema umano. Non carichiamo sulla fede una cosa che non le compete". Lasciare una donna, che si trova a vivere un momento così delicato della sua esistenza, a gestire nell'anonimato e nella solitudine la decisione di escludere la vita di un nascituro, significa abbandonarla, gravata da un peso da scrollarsi prima possibile. L'aborto non è mai la risposta che le donne e le famiglie cercano».

Concorde sulla sconvenienza della campagna anche Renato Boraso (Luigi Brugnaro sindaco), assessore alla Mobilità. «Parlando di politica condivido il disappunto per il tipo di contenuti e il modo in cui sono stati trattati. Penso anche alla visibilità di Venezia nel mondo. Sul

piano tecnico e commerciale invece - aggiunge Boraso - non c'è nulla da eccepire a Vela. Una normazione etica arginerebbe però a monte lo scarto tra tutto ciò che tecnicamente è lecito fare ma impattante a livello di comunicazione». Più moderato è invece Michele Zuin (Fi), assessore alle Società partecipate, per cui «l'unico promotore di un'eventuale regolamentazione etica delle pubblicità sui mezzi pubblici di trasporto dovrebbe essere lo Stato. Ma ripeto, eventualmente e sull'intero territorio nazionale».

La capogruppo del Pd Monica Sambo spiega invece che «Alice Merlo, la ragazza testimone del farmaco, ha subito attacchi fortissimi e minacce di morte: questo è intollerabile. L'avvento di una pillola abortiva è un'opportunità non semplice da cogliere ma preziosa per molte donne. Entrarne a conoscenza anche tramite uno slo-

gan e pur sempre una maniera per iniziare a informarsi, superando polemiche legate a moralismi e tabù, e prendendo coscienza di questo possibile percorso alternativo troppe volte guardato con malocchio». Sulla stessa lunghezza d'onda si trova il deputato del Pd Nicola Pellicani, che il 10 marzo, in occasione dei primi cinquant'anni di contraccezione legale festeggiati

dall'Associazione italiana per l'educazione demografica (Aied) e dall'Italia, ha presentato un'interrogazione al ministero della Salute. «Un gesto simbolico, che rimarca l'importanza dell'educazione alla sessualità, nel nostro paese in attesa di nuovi input e iniziative che la sostengano. L'aborto farmacologico è una via percorribile, che va spiegata ma prima di tutto conosciuta. Chi è contro una campagna del genere vuole riportarci all'oscurantismo».

**Costanza Francesconi**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LA PUBBLICITA' Lo spot affisso fino a due giorni fa all'interno dei vaporetta

**MICHELE ZUIN: «SPETTA ALLO STATO DECIDERE COME REGOLAMENTARE LE PUBBLICITA' SUI MEZZI»  
IL PD: «NON CEDIAMO ALL'OSCURANTISMO»**

