

«Sull'aborto messaggio falso» Dure critiche al manifesto Actv

LA POLEMICA

VENEZIA «Una pubblicità scientificamente falsa, umanamente degradante e socialmente nociva». È netta la stroncatura da parte del Movimento per la vita di Venezia e Mestre, del manifesto apparso sui vaporette intitolato «Aborto farmacologico - Una conquista da difendere», su iniziativa dell'Uaar (Unione degli atei e agnostici razionalisti), che già nei giorni scorsi ha suscitato polemiche e la contrarietà del Patriarcato. Anche il consigliere delegato del sindaco, Paolino D'Anna e il Popolo della Famiglia hanno contestato la pubblicità, mentre Actv ha difeso la propria scelta di darvi spazio. Francesco Bortolato, a nome del direttivo del Mpv, ha inviato una lettera aperta al presidente dell'azienda di trasporto Luca Scalabrin. «E' un messaggio falso, perché in paragone all'aborto chirurgico, la pillola Ru486 è ben dieci volte più letale per la madre - scri-

ve -; degradante, perché la soppressione di un nascituro viene presentata come "una scelta", ma nessuno può arrogarsi il diritto di scegliere se far vivere o far morire un altro essere umano innocente e qui il bambino non viene nemmeno ricordato; nocivo, perché tutti leggeranno il cartellone nel vaporetto, bambini ingenui, anziani oggi tanto stanchi e confusi, magari qualche ragazza che si trova nelle stesse difficili situazioni con una gravidanza difficile o contrastata". La presa di posizione è durissima: «Che valore ha la vita di un essere umano, perché tale è il nascituro, se può essere trattata e sveltita in questo modo? Zero. Che valore ha la maternità?

**IL MOVIMENTO PER LA VITA
ATTACCA L'AZIENDA
SUL CARTELLO AFFISSO
IN ALCUNI BATTELLI
«IN MERITO ALLA PILLOLA
PUBBLICITÀ NOCIVA»**

Boh. La paternità? Neppure esiste, un quadro di uno squalore agghiacciante - attacca Bortolato - Ma queste sono le fondamenta della famiglia, della società, dello Stato, della convivenza civile e umana, mentre l'Italia sta affrontando uno spaventoso inverno demografico. Questa non è una pubblicità come tante altre, come quella della profumeria e del museo. Il messaggio è profondamente egoista e socialmente distruttivo: reclame di una società che distrugge se stessa uccidendo i propri figli".

In conclusione, la critica all'azienda di trasporto è aperta: «Ovviamente l'Uaar ha regolarmente richiesto lo spazio assumendosi la responsabilità del messaggio; e sappiamo anche, purtroppo, che l'aborto a norma di legge - praticato in un modo o nell'altro - è diventato di fatto un "diritto". Noi non lo accettiamo e lo denunciamo come un crimine, ma prendiamo atto che a oggi la situazione è questa».

Alvise Sperandio

© RIPRODUZIONE RISERVATA

