

Aborto Lo spot pro-life più contestato dell'anno aggira tutte le polemiche

■ Se ne è parlato per settimane. Non era ancora andato in onda e già era lo spot più contestato degli Stati Uniti. Ma alla fine, durante la pubblicità centrale della domenica del Super Bowl, protagonisti la star nascente del football, Tim Tebow, e la madre Pam, non è stata neppure pronunciata la parola «aborto», tema attorno al quale erano nate le polemiche. Lo spot, finanziato da un gruppo conservatore pro-life, *Focus on the Fami-*

ly, dal titolo evocativo, «Celebrate family, celebrate life», non è stato così partigiano come in tanti si aspettavano negli Stati Uniti. Il messaggio di 30 secondi mandata in onda proprio durante il match di football più importante e soprattutto più seguito negli Stati Uniti, la finale del campionato nazionale, non ha fatto diretto riferimento all'aborto. Anzi, chi non conosceva la storia personale di Pam e Tim (alla signora era stato consi-

gliato dai medici di abortire durante la gravidanza in quanto il bambino avrebbe potuto nascere disabile per una malattia contratta dalla donna all'estero, ma lei non ha ascoltato e ha partorito un giovane campione) avrebbe potuto sembrare più uno spot sull'importanza della famiglia. Madre e figlio scherzano e ridono sulla necessità di essere «tosti» a causa di tutto quello che è accaduto alla loro famiglia. Senza dare nessun messaggio anti-abortista, lo spot rimandava a un sito, quello di *Focus on the Family*, sul quale è possibile trovare i dettagli della storia familiare di Pam Tebow e Tim, della gravidanza difficile e della decisione della donna di andare avanti nonostante i consigli dei medici, offrendo in quel contesto un messaggio pro-life più chiaro ed esplicito. Rimanendo così al di fuori di ogni tipo di controversia.