

Un Super Bowl col pancione

POLEMICHE PER UNO SPOT ANTIABORTO

CHIARA BASSO
NEW YORK

Il 17 febbraio a Miami sarà possibile assistere a due primati: i New Orleans Saints giocheranno per la prima volta nella loro storia il Super Bowl, la finalissima del football americano, e per la prima volta nella storia degli Stati Uniti tra i costosissimi annunci pubblicitari che circondano l'evento sportivo ci sarà uno spot anti-abortista. Mai prima di oggi qualcuno aveva osato mescolare sport e messaggi forti come questo, dal retrogusto fortemente politico. La pubblicità di 30 secondi è stata sponsorizzata dal gruppo evangelico del Colorado Focus on the Family. Per l'occasione è "scesa in campo" proprio una delle star del football americano, Tim Tebow, 21enne *quarterback* dei Florida Gators, solito giocare fin dai tempi del college con strisce nere disegnate sul volto che contengono versetti biblici. Non poteva esserci *testimonial* più motivato, anche perché lui per primo ha rischiato di essere la vittima di una frettolosa diagnosi da parte dei medici. Né Focus on the Family né la Cbs, l'emittente che manderà in onda l'atteso match, hanno voluto svelare la cifra dello spot.

SEGUE A PAGINA 3

Secondo esperti di media dovrebbe aggirarsi tra i 2,5 e i 2,8 milioni di dollari.

I trenta secondi, che potrebbero gelare il goliardico clima da partita, raccontano di come Pam Tebow, la madre di Tim, abbia deciso di dare alla luce il suo bambino invece di seguire i consigli dei medici che le avevano suggerito di abortire a causa delle medicine che era stata costretta ad assumere per una malattia contratta durante la gravidanza. A suggellare il tutto la frase: «Celebra la famiglia, celebra la vita». Il

messaggio, che arriverà ad almeno cento milioni di spettatori americani, è chiaro: se la madre di Tim avesse ascoltato i medici, il mondo avrebbe un campione di football in meno.

L'anno scorso un altro gruppo cristiano, il cattolico Fidelis, aveva cercato di inserire

tra i frivoli messaggi pubblicitari del Super Bowl un potente appello anti-abortista, ma senza successo. Del resto lo spot osava ancora di più: una voce fuori campo, con tanto di violino in sottofondo, accompagnava le immagini di un feto, visto in 3D grazie alla nuova tecnologia a ultrasuoni, invitando il pubblico a immaginare la dura vita del futuro bambino. «Sarà abbandonato dal padre – spiegava la voce – la ragazza che lo darà alla luce farà fatica a crescerlo, ma nonostante le difficoltà lui resisterà... Questo bambino diventerà il primo presidente afro-americano». Lo spot terminava poi con un primo piano di Barack Obama accompagnato dalla scritta "Vita. Immagina il potenziale". È chiaro che se la signora Ann Dunham avesse ceduto alla tentazione dell'aborto oggi, forse, non avremo il primo presidente nero americano. Messaggio simile a quello dei Focus on the Family ma assai più impegnativo dal punto di vista politico.

I gruppi che difendono il diritto all'aborto, primo tra tutti il Women's Media Center, stanno cercando di bloccare la messa in onda dello spot, ma questa volta la Cbs non sembra intenzionata a cancellare dal palinsesto messaggi insoliti per l'evento in questione. Si tratta di una svolta che potrebbe aprire la strada, in futuro, ad altri messaggi altamente esplosivi sparati a bordo campo. Sempre che i committenti si possano permettere le cifre da capogiro richieste dai network televisivi.

Intanto proprio ieri il Guttmacher Institute, un gruppo non-profit che conduce studi sulle abitudini sessuali e riproduttive degli americani, ha fatto sapere che nel 2006 il numero di gravidanze tra le adolescenti negli Stati Uniti è salito del 3%: almeno sette ragazze ogni cento sono rimaste incinta. Si tratta del primo aumento nell'ultimo decennio. In aumento però anche gli aborti, per il Guttmacher Institute pari all'1%. Per avere le cifre su gravidanze e aborti da parte dell'Istituto nazionale per le statistiche sulla salute bisognerà attendere fine anno. Solo allora si saprà se il messaggio dei Tebow e del Focus on Family, apparso tra spot di birre e nuove automobili al Super Bowl di Miami, è riuscito a invertire questa tendenza.