

In Italia lo spot pro eutanasia Il «partito della vita» si ribella

*Una tv privata pronta a trasmetterlo se riceverà l'ok del Garante
I sostenitori della dolce morte: «Quel video è una scelta di civiltà»*

Nino Materi

■ Niente effetti speciali. Testo chiaro, semplice, efficace. Scenografia essenziale. Anche uno spot può diventare un modello di comunicazione. E bene ha fatto *Telem Lombardia* (unica nel panorama dell'emittente pubblica e privata) a decidere di trasmetterlo non appena riceverà l'ok dall'Autorità garante delle Comunicazioni. Scelta coraggiosa, vista la delicatezza del tema: l'eutanasia. Un dramma affrontato - questa volta - senza immagini choc, ma con la forza di un messaggio lucidamente condivisibile. Un uomo, seduto sul letto, che racconta la sua storia: «Io ho scelto di fare l'università, di studiare ingegneria. Ho scelto di sposare Tina e avere due figli splendidi, ho scelto che macchine guidare, la maglietta che indosso, il taglio di capelli. Quello che non ho scelto è di diventare un mala-

to terminale». Ma non chiamatelo «spot pro eutanasia». Perché qui non si tratta di due squadre contrapposte; anche se poi il rischio - quando si parla di eutanasia - è sempre quello di opporre al «partito della vita» lo «schiarimento della dolce morte». Ma, quando in ballo c'è la tragedia della sofferenza umana, l'aproposito non può essere questo. L'unica strada percorribile è invece quello del rispetto delle scelte individuali, a maggior ragione se riferite alla sfera del dolore e della sofferenza.

Lo spot, confezionato in Australia (dove però è stato censurato per motivi etici) e visibile da ieri in versione italiana su Internet, è stato «importato» nel nostro Paese dall'associazione Luca Coscioni. Quando l'inquadratura si allarga si vede una donna dietro il protagonista che si avvicina con un vassoio, lo poggia e si siede accanto alla finestra. L'uomo continua il suo

racconto: «Non ho scelto di patire la fame perché mangiare mi fa male come ingoiare lamette da barba e certamente non ho scelto che la mia famiglia debba vivere questo inferno insieme a me. Ho fatto la mia scelta finale. Ho solo bisogno che il Governo mi ascolti». Questo il messaggio rivolto alle istituzioni, nel video creato dal gruppo The Works di Sidney per l'associazione

Exit international e rilanciato in Italia (messa in voce dall'attore Toni Garrani) dal Partito radicale. Il video si chiude con un passaggio del rapporto Eurispes 2010, che segnala come il 67% degli italiani sia favorevole alla legalizzazione dell'eutanasia. «Il nostro Governo no», chiosa il messaggio. Segue il lancio della raccolta fondi per permettere la programmazione dello spot a favore della legalizzazione della «dolce morte».

Ma non tutti sono d'accordo sull'opportunità di mandare in onda lo spot. Un muro di

dubbi e di no da esponenti che, per estrazione e per cultura scientifica, potevano sembrare non lontani dalla proposta di legalizzazione.

Tra questi il deputato del Pd, medico, Ignazio Marino: «Il video rischia di diventare uno strumento utilizzato impropriamente da questa maggioranza per dire noi siamo pro vita, loro pro morte, rendendo ancora più difficile il percorso della legge sul testamento biologico che attende di essere calendarizzata alla Camera». Il parlamentare esprime inoltre la sua «assoluta opposizione all'eutanasia, ovvero a somministrare un veleno per fermare in un momento predeterminato la vita di un'altra persona».

Duro il vicepresidente della Società europea di cure palliative, Augusto Caraceni: «Lo spot è fuorviante. In questo modo si ottiene solo un forte rischio di strumentalizzazione politica». Rischio che, in Italia, si trasforma sempre in certezza.