

Prodotta a costi bassissimi la storia di una ragazza che non doveva nascere è diventata un fenomeno cinematografico con un incasso di quasi tre milioni di dollari

## “October Baby”, un film contro l’aborto conquista l’America

**ALBERTO FLORES D’ARCAIS**

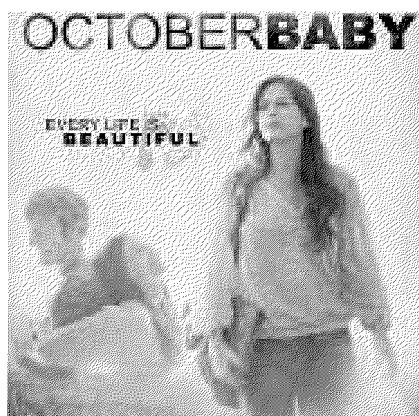
NEW YORK — Ha già incassato quasi tre milioni di dollari (il triplo di quanto è costato) e visto il successo dal 13 aprile andrà in 500 sale. “October Baby” è il fenomeno cinematografico di questa primavera americana, un film di due fratelli registi (sconosciuti) dell’Alabama, finanziato da gruppi evangelici, rifiutato da grandi produzioni, stroncato da molti critici. Parla di aborto, tema di cui in America si discute molto (in altre sedi) ma che nessuno avrebbe immaginato potesse sfondare tra il grande pubblico che affolla i cinema il sabato sera. “Aborto” e “sopravvissuto” sono due parole che difficilmente si trovano insieme, ma sono loro la formula magica che ha decretato il successo di “October Baby”. È la storia di Hannah, una ragazza di 19 anni che studia al college e della sua scoperta: non solo è stata adottata ma è la “soprav-

vissuta” di un tentativo d’aborto non riuscito, che spiega anche il perché ha avuto così tanti problemi di salute fin dalla nascita. Hannah parte alla ricerca della sua madre naturale, una vicenda che finisce in lacrime e con il perdono.

«Non avremmo mai immaginato una cosa simile», hanno spiegato Jon e Andrew Erwin, i due fratelli dell’Alabama che facevano i cameramen per la *Espn* (il più grande canale sportivo d’America) e che sono cresciuti in quello Stato del profondo sud come «cristiani, evangelici, legati al movimento per la vita». L’ispirazione l’hanno avuta quando hanno sentito ad un evento religioso il racconto di Gianna Jessen, una “sopravvissuta dell’aborto”. «Ci siamo commossi, la sua storia ci ha ispirato, sapevamo che avremmo dovuto fare qualcosa». Così nasce “October Baby”, film a bassa produzione, girato in Alabama in 4 settimane. Avevano provato a venderlo anche a

Hollywood, alla fine i soldi sono arrivati grazie soprattutto alle organizzazioni cristiane, ai movimenti anti-abortisti e a una casa di distribuzione di proprietà della Sony specializzata in tematiche cristiano-conservatrici che ha già portato al successo nel Box Office film come “Fireproof” (un vigile del fuoco che salva il suo matrimonio grazie alla religione).

I fratelli Erwin, che daranno il 10 per cento dell’incasso a una “charity” che si occupa di adozioni da loro stessi creata (“Every Life is Beautiful”), sperano che il film “non allontani nessuno” per motivi religiosi, politici o ideologici. Per il momento si godono il successo e sorridono alle critiche negative. Tipo quella del *New York Times*, che all’uscita aveva definito il film di «una bruttezza rara», ma che grazie al successo di pubblico ne ha dovuto riparlare. Stavolta in prima pagina.



La locandina di “October Baby”

