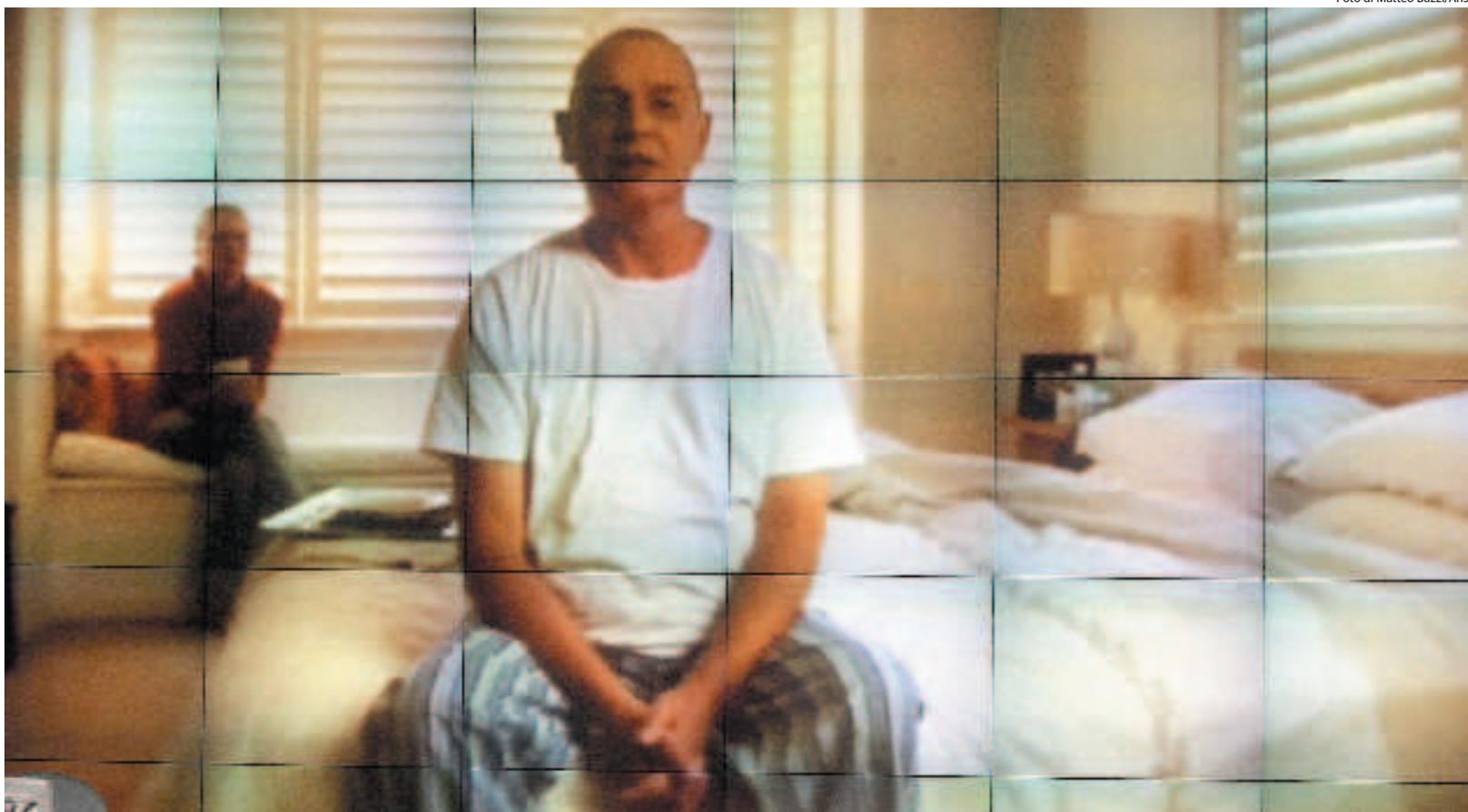


→ **Telelombardia pronta** a mandarlo in onda a gennaio. Il Pdl si appella all'Autorità garante

→ **Censurato in Australia** Nella versione nostrana spiega che il 67% degli italiani è favorevole

«Ho fatto la mia scelta finale» Spot radicale sull'eutanasia

Foto di Matteo Bazzi/Ansa



Un fermo-immagine dello spot sull'eutanasia presentato ieri mattina, dall'«Associazione Luca Coscioni»

La campagna l'ha lanciata Exit International. Ora i radicali vogliono portarla anche in Italia. Dove però lo stesso testamento biologico è ancora tabù. L'ultra-cattolica Eugenia Roccella: «Morire non è un diritto».

MARIAGRAZIA GERINA

ROMA
mgerina@unita.it

Immaginate la scena. La tv accesa. E dal piccolo schermo, improvvisamente, un uomo, un po' dimesso, seduto su un letto con una maglietta bianca che sa di convalescenza. Ha gli occhi cerchiati di nero, la voce didascalica da «pubblicità progresso». «Ho fatto la mia scelta finale, ho solo bisogno che il governo mi ascolti», spiega. Sta parlando di

eutanasia. «La vita è questione di scelte - dice -, io ho scelto di studiare ingegneria, ho scelto di sposare Tina e di avere due figli splendidi, ho scelto questa maglietta, il taglio di capelli... quello che non ho scelto è di diventare malato terminale, non ho scelto di patire la fame per il fatto che mangiare mi fa male come ingoiare lamette da barba e certamente non scelto che la mia famiglia debba vivere questo inferno assieme a me». Poi ricordatevi che siamo in Italia. E immaginatevi le difficoltà che uno spot del genere, che fa parte di una campagna lanciata da Exit International, potrà incontrare.

Ecco, mandare in onda questo spot, trasmesso in Canada ma censurato in Australia, è la nuova sfida lanciata dai radicali italiani. Per ora, la versione italiana, è visibile solo in re-

te (il video lo trovate anche sul sito de l'Unità). A metterlo online è stata l'associazione Luca Coscioni. Ma Telelombardia ha dato la sua disponibilità a trasmetterlo anche sul piccolo schermo. Sempre che l'Autorità garante delle comunicazioni dia il suo via libera.

L'ambizione - spiega Marco Cappato - è quella di «sbarcare anche su emittenti nazionali» e dare alla campagna la più ampia diffusione possibile. La raccolta fondi per finanziare, attraverso l'associazione Luca Coscioni, i costi della eventuale messa in onda è già partita. E «se l'Authority dirà no, noi useremo tutti i canali per raggiungere con il video i cittadini italiani, anche a costo di trasmetterlo dall'estero», annuncia Cappato che dell'associazione è segretario. D'altra parte lo spot - fa notare Cap-

pato - «chiede solo che il Governo faccia il suo dovere e ascolti».

Il fatto è che siamo in Italia. E sarà pure il paese in cui, come recita lo spot adattato al pubblico italiano, il 67% degli intervistati nell'ultimo Rapporto Eurispes ha risposto che è favorevole alla legalizzazione dell'eutanasia. Ma per la storia, almeno per ora, resta il paese in cui Beppino Englaro per far morire in pace sua figlia Eluana, in coma irreversibile dal 1992, vinta una battaglia legale estenuante, ha dovuto sfidare anche il governo. La sentenza attesa per quasi vent'anni glielo permetteva, il governo ha cercato di impedirglielo fino all'ultimo con un decreto che imponesse ai medici di proseguire l'alimentazione artificiale. C'è voluto il rifiuto di Napolitano a firmarlo. E la morte di Eluana per convincere l'ese-