

## Il rossetto Viva Glam di Mac supporta Planned Parenthood

Due importanti aziende cosmetiche hanno deciso di sostenere, da quest'anno, l'industria dell'aborto, attraverso il ricavato ottenuto dalla vendita di alcuni loro prodotti di bellezza. Stiamo parlando di Benefit Cosmetics e MAC Cosmetics (quest'ultima appartenente, a sua volta, all'azienda cosmetica Estée Lauder) che hanno dichiarato con orgoglio e ufficialmente, sul blog *Popsugar* la loro intenzione di supportare economicamente la più grande "macchina" abortista in America: *Planned Parenthood*.

MAC Cosmetics, azienda piuttosto conosciuta anche in Italia, ha rivelato, in particolare, che destinerà tutti i proventi ricavati dalle vendite del rossetto Viva Glam, alla multinazionale dell'aborto. Proventi che l'azienda cosmetica in questione, calcola si aggirino intorno alla "modica" cifra del mezzo milione di dollari. La cosa più incredibile è che le due aziende sostengono che il loro obiettivo non è solo finanziario, ma la loro intenzione è quella di fornire anche un supporto morale promuovendo ciò che fa *Planned Parenthood* che purtroppo, però, fa principalmente aborti.

Con un discorso piuttosto infiocchettato, Annie Ford Danielson, ambasciatore capo di Benefit, ci ha tenuto a chiarire, tramite il web magazine *Refinery 29*, che uno degli scopi di questa campagna di "beneficenza", è quello di creare una nuova mentalità che faccia sì che le persone non si vergognino di ricorrere a *Planned Parenthood*. Peccato che la "vergogna" di ricorrere all'aborto oggi quasi non esista più, essendo scomparso ogni stigma sociale grazie alle campagne mediatiche e alla legalizzazione. Alle parole di Annie Danielson ha fatto da eco Nancy Mahon, direttore esecutivo del MAC Aids Fund, la quale, sempre tramite lo stesso web magazine, ha ulteriormente sottolineato: «*Non la consideriamo una donazione politicamente carica o rischiosa, l'accesso all'assistenza sanitaria e l'accesso alle informazioni sulla salute sessuale fanno parte dell'autostima, della bellezza e della capacità delle donne di avere successo nel mondo*».

Tuttavia questa patina filantropica, come ci rivela [Life News](#) e come accade spesso, nasconde molto di più: uno degli obiettivi di MAC, in particolare, sarebbe quello di promuovere il nuovo "chatbot" (un software progettato per simulare una conversazione con un essere umano) di *Planned Parenthood*. Nello specifico si tratta di un'app rivolta a ragazzi dai 13 ai 17 anni, ma chiunque può accedervi. A qualsiasi ora del giorno, i ragazzi possono inviare messaggi al software della catena abortista per fare domande sul sesso e su questioni a esso correlate, come l'aborto.

*Planned Parenthood* ovviamente, sostiene di averlo progettato come strumento per impartire un'"adeguata" educazione sessuale, ma molti sono già preoccupati per il messaggio che verrà trasmesso a giovani adolescenti che sono, com'è noto, facilmente influenzabili.

In particolare, Monica Cline, ex dipendente di *Planned Parenthood*, ha dichiarato a *Breitbart News* che l'app è progettata per «*aggirare intenzionalmente i genitori e spingere i ragazzini verso pratiche dannose*». Lo scopo, sostiene Cline, è quello di procacciarsi sin da ora «*clienti per tutta la vita che alla fine spenderanno una quantità non trascurabile di denaro con Planned Parenthood per tutto, dalla gravidanza e test Std agli aborti*».

Peraltro, Herb Geraghty di *Rehumanize International*, associazione pro life, ha testato alcune domande e ha scoperto che l'app, guarda caso, non forniva risposte proprio a domande elementari sui possibili rischi di aborto o sul momento in cui la vita umana ha inizio.

Insomma, una missione "educativa" (ci sarebbe da ridere se non ci fosse da piangere) portata avanti, per di più, da una catena di cliniche che nel 2018 ha registrato 332.757 aborti e un record di 1,66 miliardi di dollari di entrate, tra cui circa mezzo miliardo di dollari dei contribuenti e il cui attuale presidente (Leana Wen) ha ammesso di recente che l'aborto è la loro «*missione principale*». Ma non c'è da stupirsi dato che spesso è proprio questo ciò che si nasconde dietro i programmi di educazione sessuale: la diffusione di una mentalità edonista che propone il sesso come qualcosa a cui avere facilmente accesso, spesso slegato da un'autentica educazione sentimentale perché il vero scopo è quello semplicemente di alimentare il business fiorente dei contraccettivi, su cui si basano molte case farmaceutiche, così come una visione dell'aborto superficiale, quasi al pari di un metodo anticoncezionale qualunque. E tutto questo si fa veramente fatica a credere che sia pure nell'interesse dei ragazzi.

Manuela Antonacci

<https://www.notizieprovita.it/notizie-dal-mondo/il-rossetto-viva-glam-di-mac-supporta-planned-parenthood/>