

Por el Padre Shenan J. Boquet – Presidente de Vida Humana Internacional.

Publicado el 11 de Julio del 2022.

En la búsqueda de las raíces más profundas de la lucha entre la cultura de la vida y la cultura de la muerte hay que ir al corazón de la tragedia que vive el hombre moderno: el eclipse del sentido de Dios y del hombre, propio de una sociedad y clima cultural dominado por el laicismo.
□ *Evangelium Vitae*, Nro. 21

En los días posteriores a la anulación de Roe, varias compañías estadounidenses han emitido declaraciones, ofreciendo pagar a los empleados en estados donde el aborto es ilegal viajar a estados proaborto para que maten a sus hijos concebidos. Entre estas empresas se encuentran grandes corporaciones multinacionales como Microsoft, Nike, Netflix, Disney y Tesla. Estas empresas enormemente ricas presentan esto como una oferta “generosa”, lo que demuestra que están dispuestos a hacer un esfuerzo adicional por sus empleados. Sin embargo, incluso la hiper liberal NPR señaló en un artículo que esta oferta “generosa” puede, de hecho, tener una motivación manifiestamente egoísta. Pagar a los empleados para que viajen a abortar es “ciertamente más barato que tener que pagar la atención del embarazo y el parto y luego mantener al niño durante 26 años”, dijo Sharona Hoffman, profesora de derecho y bioética en la Universidad Case Western Reserve a NPR. “Entonces, los empleadores podrían hacer un análisis de costo-beneficio y decir que, si la mujer realmente no quiere tener un hijo, también es más barato para nosotros”.

Bien dicho, y sorprendente de encontrar esta cita en un medio proaborto como lo es NPR. Para las corporaciones enormes e impersonales, cuyo único objetivo es generar mayores ganancias para sus accionistas, pagar por el aborto es una obviedad. Después de todo, el embarazo, el parto y la familia no solo son costosos a corto plazo, sino que también son grandes distracciones para sus empleados del negocio de ganar dinero. Es irónico que muchos de los mismos progresistas que están en contra de las grandes empresas y el capitalismo desenfrenado estén aplaudiendo estas políticas a favor del aborto. De alguna manera, no ven que ofrecer pagar abortos es el epítome del capitalismo codicioso, amoral y solo con fines de lucro.

Al mismo tiempo, me complace ver que una empresa estadounidense está adoptando un enfoque radicalmente diferente. Hace unos días, la empresa Buffer Insurance, con sede en Texas, emitió un comunicado en el que se comprometía a hacer todo lo posible para apoyar a los padres que desean dar a luz. “Las compañías seculares están pagando los costos de viaje de los empleados para abortar bebés fuera del estado”, escribió la compañía en una publicación de Facebook. “Hoy anunciamos que Buffer pagará los costos de nuestros empleados que dan a luz”. La empresa se comprometió a ayudar de tres maneras: a) pagando los costos médicos relacionados con el nacimiento, b) ofreciendo licencias pagas de paternidad y maternidad para los nuevos padres, c) pagando los costos médicos asociados con la adopción.

El impacto insidioso del aborto legal.

A medida que el aborto se vuelve ilegal en más y más estados, más y más mujeres con embarazos no planificados enfrentarán la perspectiva de dar a luz. Para algunas mujeres esto será difícil, incluso aterrador. No hace falta decir que nunca hay una buena excusa para matar a un niño inocente concebido. El aborto es siempre moralmente malo y nunca la solución. Sin embargo, no debemos subestimar hasta qué punto décadas de legalización del aborto han alterado las estructuras fundamentales de nuestra sociedad de manera que incentivan el aborto, al mismo tiempo que dificultan cada vez más el parto.

La mayoría de las personas que están vivas hoy nunca han conocido un mundo donde el aborto fuera algo más que fácil de obtener, a menudo respaldado por proveedores de aborto generosos y fungibles financiados por el gobierno como Planned Parenthood, o pagado por un seguro.

Pocos de nosotros somos conscientes de miles de formas en que todo, desde los negocios, las leyes, los impuestos, los medios de comunicación, las creencias religiosas, las normas y expectativas sociales y las prioridades personales, se han reorganizado insidiosamente en torno a la realidad de que, en cualquier momento, una mujer puede elegir, por unos pocos cientos de dólares, para terminar con la vida de su hijo concebido, matarlo. El hecho es que somos fundamentalmente seres sociales, y nuestras creencias y comportamientos a menudo, incluso sin que lo sepamos, están moldeados y dirigidos por la cultura más amplia en la que vivimos, para bien o para mal.



<https://www.hli.org/2022/07/redirecting-our-cultures-priorities/>