

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

Publicado el 20 de Septiembre del 2021.

Uno de los aspectos curiosos del debate sobre el aborto en los Estados Unidos es la desconexión entre la opinión pública sobre el aborto y la posición de muchos de sus habitantes, de sus instituciones y de sus corporaciones más poderosas.

Tome la reciente Ley de Latidos del Corazón de Texas. Si leyera gran parte de los informes de los principales medios de comunicación, probablemente se iría con la impresión de que la Ley del Latido del Corazón es una ley indefendiblemente extrema que está muy lejos de los criterios de la opinión pública sobre el aborto.

Sin embargo, una encuesta reciente de Rasmussen a posibles votantes estadounidenses encontró que son más las personas que apoyan a la ley (46%) que aquellas que se oponen a ella (43%). En otras palabras, esta ley no solo no es una ley marginal respaldada solo por un subconjunto de extremistas, sino que también es realmente popular entre los votantes.

Y, sin embargo, simplemente por expresar su apoyo a la ley, es decir, algo que apoya la mitad de la población estadounidense, un director ejecutivo de una empresa de videojuegos se vio obligado a renunciar. Su renuncia, por supuesto, fue solo un ejemplo de una realidad mucho más amplia. Si bien es común escuchar a artistas populares, personalidades de los medios de comunicación y directores ejecutivos de grandes corporaciones expresar su apoyo a causas o puntos de vista "progresistas", cualquier individuo que se atreva a apoyar públicamente una posición socialmente conservadora es inmediatamente expulsado de la sociedad educada, incluso si su opinión es ampliamente compartida por los ciudadanos estadounidenses.

De manera similar, muchas grandes corporaciones no tienen ningún problema en aprovechar su enorme poder económico para influir en la política sobre cuestiones sociales siempre que la influencia sea en una dirección más "progresista". En 2016, por ejemplo, corporaciones como Apple, IBM, NIKE y muchas otras, se unieron infamemente, expresando su fuerte oposición a la "Ley del cuarto de Baño" de Carolina del Norte, que requería que las personas usaran el baño que corresponde a su sexo biológico. No importaba si la ley era popular entre el público o incluso si sus propios empleados apoyaban la ley. Los progresistas "woke" al timón en estas corporaciones se sintieron perfectamente cómodos usando la corporación para coaccionar al estado a obtener el resultado que querían.

Sin embargo, si alguna corporación se atreve a apoyar una causa socialmente conservadora, sin importar cuán popular sea entre el público, inevitablemente será tildada de "odiadores" dentro de las redes sociales y en la prensa. Muchos de ellos, lamentablemente, retrocederán bajo la presión, retirándose a una posición de "neutralidad", una posición que sus contrapartes progresistas no sienten una obligación similar de adoptar.

Los gigantes tecnológicos bloquean los anuncios de reversión del aborto.

Estas reflexiones se deben a una inquietante decisión reciente de Google y Facebook de prohibir los anuncios que salvan vidas dentro del grupo pro-vida Live Action. En un artículo, Live Action informa que desde mayo habían estado publicando anuncios en las dos plataformas, dirigidos a mujeres que buscaban información sobre cómo revertir los abortos con medicamentos. Según Live Action, esos anuncios habían enviado a miles de mujeres a una línea directa para salvar vidas, donde podían obtener información sobre cómo podrían salvar la vida de su bebé por nacer, incluso después de comenzar el proceso de la píldora abortiva.



<https://www.who.org/2021/09/censorship-of-life-saving-treatment/>