

– L’agenzia ci disse di mandare una ventina di foto, – racconta David. – Della casa, delle vacanze, di noi due soli e di noi con dei bambini: nipoti, vicini di casa... non importa. Ci dissero anche che dovevamo scrivere una lunga lettera alla madre, «*Dear Birthmother*», ma che se preferiamo bastava compilare un questionario, e poi a trasformarlo in lettera ci avrebbero pensato loro. In ogni caso è il contatto diretto che conta, la famosa telefonata. La lettera è una specie di curriculum, ma poi è decisivo quello che sei disposto a dare alla madre naturale.

– La pubblicità sui giornali costa fra i trecento e i mille dollari al mese, – aggiunge Natalie, – noi abbiamo scelto di spenderne mille, sperando di fare prima. Perché ci hanno detto che internet non basta.

Sulla brochure dell’agenzia c’è scritto: «Se volete ricevere la telefonata, dovete fare pubblicità. Perché qualcuno possa scegliere di rispondervi, il vostro annuncio deve essere visibile. Niente pubblicità, niente telefonata. *Pregnant women are everywhere, so you need to be too!* Nei giornali grandi e in quelli piccoli, gratis e a pagamento. Internet non basta. Ci sono migliaia di annunci in tutti gli Stati in cui la pubblicità adottiva è legale. *With adoption advertising being a popular and successful way to connect with a pregnant woman, how do YOU get selected?*»

La femmina dello squalo toro ha due uteri. In ciascuno, gli squali che devono venire al mondo nuotano e si mangiano a vicenda, coi denti. Quaranta embrioni per utero.

La madre avverte movimenti dentro di sé; dapprima un caos, che poi, lentamente, si semplifica. Quando in ogni utero sente un unico movimento, e un'unica volontà, capisce che ai due ultimi figli non è rimasto nulla da mangiare. Allora schiude. Allora vede due neonati lunghi un metro, bianchi e grigi, nuotare in un mare diventato rosso; neonati dagli occhi piccoli, che hanno già visto tutto.

David è figlio unico.

Nella foto è in primo piano. Alle colline, sfocate, lascia solo ritagli. Indossa una polo ben stirata, sorride e tiene le braccia aperte. Non è un'offerta di abbraccio. Sta dicendo: «Eccomi. È tutto qui».

Ha frequentato un'ottima scuola, si è accontentato di un buon lavoro. La domanda «Come fate voi – come fai tu, David, a essere scelto?» non la capisce.

Un gruppo di ricercatori del *Cronulla Fisheries Centre*, Nuovo Galles del Sud, vuole aspirare gli embrioni e metterli in provette separate. Questo per farne sopravvivere ottanta invece di due; perché gli squali toro si stanno estinguendo.

Solo così David poteva nascere, come specie protetta.

«È tutto qui». Senza la delusione di chi ha cercato altro. «È tutto qui... non è gran che, forse, ma è piacevole. Funziona. Finiamola con questa pagliacciata: godiamocelo».

David poteva nascere solo in un liquido costruito dai ricercatori, privo del sangue dei fratelli. «È tutto qui, lasciati proteggere. Vieni via, togliti di là. Togliti dal grembo dell'insicurezza, vieni con noi».

Sotto la foto di David c'è una recensione firmata da Natalie. «David è l'uomo più intelligente, gentile e paziente che io conosca. È affidabile. È quello che noi texani chiamiamo *a good ole boy*. È così onesto che non potrebbe mentire nemmeno volendo. E mi fa ridere!»

Poi c'è la foto di Natalie, appena tuffata e già risospinta verso l'alto da miliardi di bolle. David la tiene per mano. Sembravano intenzionati ad andare a fondo, ma la for-

za del mare li ha trascinati subito su, in alto. Nella foto di David c'è soltanto David. In questa di Natalie c'è posto per due, e altri ancora.

Scattano foto sott'acqua perché le *birthmothers* possano controllare i corpi.

Basterebbe una foto in spiaggia, forse. Ma una donna che prende il sole avrà voglia di alzarsi, e giocare, quando arriverà il bambino?

Meglio sott'acqua allora, con il boccaglio, la maschera, le tette morbide e grandi disorientate dal tuffo.

Sarà un'ottima levatrice.

Le madri di parto non sanno che la notte, per togliersi il reggiseno, Natalie inarca leggermente le spalle, si ingobbiisce e rimpicciolisce, ne sguscia via come ci si libera da uno zaino pieno di pietre. Ma il peso resta con lei. Avrebbe voluto farsele tagliare, da ragazzina. I suoi genitori hanno detto di no. Li odia ancora, per questo. E odia chi glielguarda. Ma di questo non c'è traccia, nella lettera per le madri di parto.

Le foto le ha scelte lei. Ha scritto anche la sua recensione, firmata da David. Si è detta amorevole, forte, aperta, generosa, giocosa, leale, divertente e un po' testarda: «*a gorgeous West Texas bombshell!*»

Vive in Virginia da quando aveva cinque anni ma ha riempito di Texas tutta la lettera, per non sembrare snob, con quella casa in mattoni rossi.

– Il Texas serve a dare fiducia, far capire che siamo gente semplice.

Non si è fatta aiutare.

– Poteva essere la lettera più importante della nostra vita. Ho la fortuna di avere le capacità per scriverla, che senso aveva lasciar fare all'agenzia?

«*Dear Birthmother*, – ha scritto Natalie, – il nostro è un matrimonio forte e felice. Siamo i migliori amici l'uno dell'altra, ci proteggiamo e divertiamo». Nessun bambino si sentirà mai un intruso, in questa casa senza amori grandi

e incomprensibili. «Abbiamo avuto successo, fatto carriera, ma tutto quello che vogliamo, ora, è amare incondizionatamente il bambino che il miracolo dell'adozione ci vorrà dare».

Aveva scritto «che Dio ci vorrà dare», ma David si è opposto. – Ci stiamo già esponendo abbastanza, – ha detto.

Si sono fatti fotografare davanti al camino. Un salone dal pavimento caldo, dove camminare senza scarpe.

Allegato alla lettera c'è il lungo elenco dei *favorites* imposto dall'agenzia.

Chi vuole diventare genitore, lo deve compilare. Attore preferito, attrice preferita, storia della buona notte, bevanda, libro, dolce, memoria d'infanzia, giocattolo, film, colore, giorno della settimana.

Sia David che Natalie hanno lo stesso attore preferito: Kiefer Sutherland, e la stessa bevanda: Diet Coke. Il resto è diverso. David preferisce il blu, Natalie il verde.

Anche Mark di «Mark&Amy», *Californian Waiting Couples*, preferisce il blu. Se una mamma vuole dare il suo bambino a una coppia che preferisce il blu, basta selezionare «blu» dal menu a tendina. Compariranno soltanto coppie dove almeno uno dei due genitori ha scelto il blu.

David preferisce il blu, Natalie verde. David sabato, Natalie domenica.

Lavoro ideale, vacanza ideale, fast food restaurant, fiore, frutto, eroe, gelato, rivista, memoria di coppia, memoria con un bambino.

L'unico lavoro è quello ideale. È giusto. Il bambino vivrà il tempo libero dei nuovi genitori. La madre di parto deve poter scegliere la coppia con il tempo libero più adatto.

A David piace l'anguria, a Natalie le pesche.

Memoria di coppia di David: «luna di miele». Quella di Natalie è così dettagliata da sembrare fuori luogo: «*moving in to our first house, sitting on the floor because we didn't have furniture, watching an amazing basketball game and eating*

Chinese food». Esiste una foto di loro due sul pavimento, con un martello vicino e fogli di giornale dappertutto. Lei ha una salopette di jeans, hanno lavorato tutto il giorno. È il primo e ultimo trasloco che faranno con le loro mani. Sono molto felici. È una bella foto ma non la possono usare, perché scattata troppo tempo fa.

Il lavoro ideale di David è allenare una squadra di baseball. Quello di Natalie fare la mamma.

David popcorn, Natalie Chex mix.

Quando avranno il bambino, e comincerà a camminare, lei lo filmerà mentre insegue qualche animale – galline, anatre o piccioni. E sembrerà subito fragile, lontano ed eterno come un Super 8.

«*We feel like we have so much to offer a child.* Non vediamo l'ora di mostrare al mondo il nostro bambino. Gli daremo le migliori opportunità educative. Gli daremo amore e incoraggiamento, perché abbia la certezza che nella vita si può fare o diventare tutto ciò che si vuole».

Fare o diventare tutto ciò che si vuole.

Possibile non ti sia mai venuto in mente, madre di parto?

Alcune *birthmothers* leggono davvero queste lettere. Per tutta la notte guardano foto di amore e di amicizia, risate, aiuto reciproco, vacanze, lavori di cui non vale neanche la pena parlare, ma che comprano giardini sul retro.

Divertimento.

Dear Birthmother, esiste un lato divertente della vita.

Comporre canzoncine, andare in Messico o nell'area giochi di McDonald's, stare al sole, giocare con la neve, a Pictionary, al fiume, al parco, con gli aquiloni. Con i nonni al *Thanksgiving*. Guidare in montagna, fare i popcorn, crescere in una fattoria, o con sette fratelli maschi e nemmeno una femmina. Scattare fotografie di Mike e Bobby... è divertente.

Ricordi?

La primavera è divertente, ma anche l'estate, e l'inverno. Halloween.

Ci sono giorni in cui tutto è divertente.

O non l'hai mai saputo?

«Billy&Tracy», *California Hopeful Adoptive Parents*, hanno già un figlio, ma averne un altro raddoppierà il divertimento. Michael di «Michael&Cheryl», *New York Hopeful Adoptive Parents*, «si diverte in ogni cosa che fa, compreso il lavoro. Michael è imprenditore edile da più di vent'anni, e canta e scherza tutto il giorno». Il motto di Thomas, «Thomas&Stephanie», *Utah Waiting Couples*, è: «*having a little fun each day*».

È divertente guardare quanto si stupiscono i bambini, guardare i bambini degli altri mentre provano un vestito nuovo, o crescono.

David si è opposto.

Quel modo di mettersi in mostra gli pareva dovesse svuotare le loro vite, o maledirli. Pareva che una volta messe in scena, le cose non gli sarebbero più tornate indietro. Così hanno pubblicato la foto di Natalie e dei nipoti sulla spiaggia, perché già scattata, ma David si è rifiutato di organizzare il viaggio a Orlando.

Forse ha sbagliato.

Le donne incinte, dal buio, osservano, giudicano. Confrontano.

«*But boy did we have fun!* – giura Greg. – *Water fun and safety are big in our family*».

Non ci crederanno. Hanno tutti gli strumenti, tutte le esperienze per non crederci. Ma forse, se hanno deciso di passare la notte a leggere...

Le coppie che si divertono sanno tirar fuori il divertimento l'uno dall'altra: «*Amanda brings out the fun part of me*». *Fun da fun*. È divertente far divertire.

Bisogna venderci. «Venderci» come parola positiva, costruttiva. Americana. Nel senso di vendere se stessi, o un'idea. David non si è lasciato fotografare con il trapano in mano. Glen, Michael, Jamie, Tom, Dwayne e altri sessanta padri sí.

Vendere vuol dire valorizzare quanto si ha da offrire. E siccome ci sono piú aspiranti genitori che madri incinte, tocca ai genitori venderci, alle madri comprare. L'agenzia è neutrale, è soltanto «*a unique environment created for birthmothers and hopeful adoptive parents to find each other, establish relationships, and create adoption situations that meet the needs of everyone*». Un prodotto è qualsiasi cosa soddisfi un bisogno o un desiderio. Le madri hanno bisogno di soldi, noi di un bambino.

– Un ambiente dove domanda e offerta si incontrano è un mercato, non c'è nulla di male in questo, – dice David.
– Il male sta nel non essere scelti.