

Pubblicità urbana e arredo inurbano

Raffaele Aragona

Per un attimo mi è parso di sognare e contemporaneamente provare rabbia a leggere della contravvenzione imposta al titolare di quell'Agenzia di viaggi di via Depretis colpevole di aver installato «mezzi pubblicitari che incidono sull'arredo urbano e sull'ambiente». Così come era detto in inizio della "curiosità" pubblicata su "Il Mattino" dell'altro giorno, pareva quasi che il malcapitato agente turistico fosse stato incolpato di turbare il decoro dell'ambiente con una cattiva incidenza sull'arredo urbano. Così non era, poiché la motivazione, più avanti specificata, era altra: anche quel tipo di informazione (cataloghi e cartelloni di società di crociere esposti in vetrina) rientrerebbe tra le forme soggette alla normativa pubblicitaria e quindi deve essere sottoposto a regolare canone.

Mi era parso di sognare al pensiero che finalmente qualcuno (un ufficio di pubbliche affissioni) avesse incominciato ad interessarsi di estetica e di impatto sull'ambiente. Ma non era così, naturalmente. Sarebbe stato certo strano accanirsi su dei semplici cataloghi esposti in vetrina, quando per tutta la città sono numerosi i segni di un cattivo gusto ormai dovunque imperante: l'invasione di grandi installazioni pubblicitarie di discutibile gusto che campeggiano anche nelle zone migliori della città, come quelle, ad esempio, che ormai solitamente incombono su piazza Amedeo.

Mi domando perché mai un ufficio competente che autorizza simili installazioni non debba anche entrare nel merito dell'estetica o almeno del buon gusto di quanto viene esposto al pubblico e che, in moltissimi casi, diventa a far parte integrante per molto tempo del "paesaggio" urbano. Vero è che non sarebbe facile stabilire precisi parametri che regolamentino in questi termini, ma basterebbe un po' di buon senso da parte dei funzionari addetti per bocciare i casi più eclatanti e di indubbio cattivo gusto.

Ciò quando non si tratti di interventi fortemente interessanti il territorio urbano, giacché in tali casi dovrebbe essere d'obbligo l'intervento della Soprintendenza; come è avvenuto per l'enorme tabellone pubblicitario installato (e rimosso) a Piazza San Luigi; perché, poi, non sia avvenuto lo stesso per quello di Piazza Vittoria, pure esso in posizione particolarmente di pregio, non è chiaro.

Così come non è concepibile che molti punti della città siano stati adornati da mastodontici "totem" che non offrono altro alla vista dei passanti che pubblicità di mutande e reggiseni; sono elementi che, se pure accettabili in zone di anonima edilizia, certamente non possono esserlo in altre, come, ad esempio, alle porte di una Villa Comunale di impianto settecentesco (ancorché già deturpata da altre mani). A giustificare la concessione di tali soluzioni pubblicitarie non possono certamente bastare gli elementi di arredo urbano, di discutibile gusto e limitata funzionalità, ricevuti in contropartita.

I nostri Amministratori, ahimè, dovrebbero sempre ricordare di essere dei semplici custodi di una realtà urbana e non di agire come se ne fossero "padroni", decidendo perciò in modo arbitrario e senza alcuna coscienza estetica. Fa bene quindi il vicesindaco Papa a domandarsi, a proposito della riapertura della Funicolare di Chiaia, perché negli anni scorsi siano state demolite le due stazioni stile primo '900; oggi, infatti, con un tardo ravvedimento, si sta procedendo alla loro ricostruzione e secondo il disegno originario!