

Bisogna rivedere la politica delle affissioni pubblicitarie

A proposito di pubblicità cito da "Moins!":

"La pub commerciale negli spazi pubblici, motore dell'economia? E' spesso la prerogativa di un numero ristretto di grandi imprese che dispongono di mezzi e non sicuramente la panetteria, il bistrot o la boutique dell'angolo o del quartiere che vantano a quel modo il loro pane, i loro piatti o i loro vestiti.

La pub, una manna per le casse pubbliche? Le città affittano gli spazi alle società di affissione per una somma che sul budget comunale annuale incide minimamente, anzi ancora meno se consideriamo i costi indiretti causati. Le società di affissione a loro volta li riaffittano ad imprese private. Ciò sempre sotto gli occhi degli abitanti che non hanno voce in capitolo.

La pub, libertà di espressione? Un privilegio concesso a pochi ma con ricadute su tutta la popolazione: da una parte puoi incollare un'etichetta sulla tua bucalettere, apporre una stelletta nera accanto al tuo numero telefonico, rifiutare di leggere un giornale, dall'altra nella strada o al volante chiudere gli occhi significherebbe metterti in pericolo. Le immagini, gli slogan e i valori che i manifesti veicolano, non risparmiano nessuno, bambini compresi. Si stima che un bambino prima di saper leggere riconosce almeno 70 loghi!

La pub, per rendere gaie le strade e meno grigi i muri? Tra il grigio del cemento ed il profumo della plastica esistono migliaia di alternative possibili che vanno ad esempio dal progetto culturale alle iniziative artistiche, passando attraverso la creatività delle scuole e delle associazioni locali.

La pub, un'informazione per il consumatore? Non dicono nulla sul processo di fabbricazione, sulle condizioni sociali della produzione, sull'impatto ecologico della merce pubblicizzata. Pseudo-informazione!

La pub una forma di arte? L'opera d'arte si pone l'obiettivo di suscitare una riflessione, provocare emozioni, la pubblicità suscita spesso un solo riflesso, quello di aprire il portamonete.

La pub criticata da nostalgici sessantottini? Osservando le nuove tendenze in fatto di strategie pubblicitarie, l'ONU in un rapporto del 2014 si inquietava per la presenza sproporzionata di pubblicità negli spazi pubblici, per la quantità strabiliante di messaggi pubblicitari che ognuno di noi riceve ogni giorno e per le sofisticate tecniche nel diffonderli."

La pub a Locarno? Pur ammirando il lavoro di tutti, dal grafico all'attacchino, desidero che venga rivista la politica dell'affissione, al fine di valorizzare il tessuto culturale e ricreare quello sociale! Intanto mi guardo attorno, è in arrivo la primavera e ringrazio il FLIP (Fronte di liberazione dell'invasione pubblicitaria) per avermi aperto gli occhi.

Rosanna Camponovo-Canetti

Candidata PS al municipio e al consiglio comunale di Locarno

Locarno, 11 marzo 2016