

# Annaspando tra rifiuti e cartelloni pubblicitari

**Valerio  
Lucarelli**



La pubblicità è l'anima del commercio. Chi non ha sentito almeno una volta nella vita riecheggiare questo detto. Appartengo all'ultima generazione cresciuta con Carosello, dove il messaggio pubblicitario era offerto in modo garbato.

Oggi viviamo nell'epoca del web, dei telefonini ultra moderni e di mille altri ritrovati figli di una tecnologia furiosa quanto spesso inconcludente.

Tuttavia a Napoli continuano a far parlare di sé i tradizionali cartelloni pubblicitari. Nei mesi precedenti le elezioni era tutto un fiorire di faccioni di candidati premier. Un pizzico inquietanti a dire il vero. Poi è stato il turno dei "Monnezza a chi?" proposti dall'Assessore Velardi che esibiva gli innegabili patrimoni cittadini, sullo sfondo di uno slogan non del tutto convincente.

Dulcis in fundo, è toccata a una compagnia marittima donare ai napoletani la vista di un décolleté generoso oltre ogni immaginazione per pubblicizzare un nuovo collegamento navale. Con il risultato

immediato di rallentare il traffico a Fuorigrotta, dove gli autisti rimanevano rapiti da tanta prorompente fisicità.

Le accuse di mancanza di decoro sono fioccate puntuali. Eppure, meno decorosa è la crescita esponenziale di questi impianti giganteschi, sbocciati senza ritegno davanti a monumenti e panorami.

L'augurio è che il Comune provveda al più presto alla rimozione di gran parte della cartellonistica, che la Soprintendenza per i beni architettonici da tempo considera abusivi.

**\*Scrittore**

**info@valeriolucarelli.it**