

'Dio non esiste', rifiutata la pubblicità. Niente slogan ateo sugli autobus

Gli autobus dell'Amt non porteranno in giro per Genova lo slogan "La cattiva notizia è che Dio non esiste. Quella buona è che non ne hai bisogno". La concessionaria IGPDecaux degli spazi pubblicitari sui bus dell'Amt, ha infatti deciso di non concederli all'Unione degli atei, razionalisti ed agnostici (Uaar)

Una ricostruzione al pc della campagna pubblicitaria GENOVA - E' stata rifiutata la campagna pubblicitaria degli atei su due autobus urbani di Genova. La IGPDecaux, concessionaria degli spazi pubblicitari sui bus dell'Amt, ha infatti deciso di non concedere all'Unione degli atei, razionalisti ed agnostici (Uaar) gli spazi per lo slogan "La cattiva notizia è che Dio non esiste. Quella buona è che non ne hai bisogno". Nel darne notizia l'Uaar precisa di attendere ancora le motivazioni e di aver chiesto al Comune di Genova di revocare la concessione alla IGPDecaux. La concessionaria replica spiegando che la pubblicità degli atei viola il Codice di autodisciplina pubblicitaria perché "lesivo delle convinzioni religiose delle persone"

GAY PRIDE 2009 Il Comune chiede di cambiare la data

L'accusa dell'Uaar. "Biancheria intima e villaggi vacanze sì, ma guai a chiedere uno spazio pubblicitario e a usarlo per dire che Dio non esiste - dichiara il segretario generale della Uaar, Raffaele Carcano - Sembra che in questo paese non ci sia spazio per dichiararsi atei, che sia qualcosa di cui parlare con vergogna, o non parlare affatto, pena la censura. Alla IGP vorremmo chiedere se direbbero davvero di no a uno slogan che sostiene che Dio esiste".

La motivazione della concessionaria. Il messaggio della campagna dell'Unione atei, razionalisti ed agnostici (Uaar) "La cattiva notizia è che Dio non esiste. Quella buona è che non ne hai bisogno", non rispetterebbe il Codice di autodisciplina pubblicitaria perché "lesivo delle convinzioni religiose delle persone" e per questo non sono stati concessi gli spazi sugli autobus dell'Amt di Genova. E' quanto spiegano dalla concessionaria pubblicitaria milanese Igp Decaux. "Abbiamo ricevuto il bozzetto definitivo ieri e, sentito il parere del nostro legale, l'amministratore delegato della società Fabrizio du Chene De Vere ha preso questa decisione", spiega il responsabile delle relazioni esterne della Igp Decaux, Benedetta Arlati.

Pubblicità offensiva. Il messaggio è stato considerato lesivo del combinato di due punti, gli articoli 10 e 46 del Codice. Il primo riguarda le "Convinzioni morali, civili e religiose e la dignità delle persone" che non devono essere offese ed il secondo porta il titolo di "Appelli al pubblico", rafforzando il precedente. "Abbiamo usato la procedura che seguiamo di solito per casi di questo genere. Il messaggio era troppo forte e non ce la siamo sentita. Dobbiamo avere la massima attenzione, visto poi che gestiamo spazi altrui", ha concluso Arlati.

Intervenga il comune di Genova. Campagne simili sono state lanciate a Londra, a Barcellona, a Washington. Ovunque hanno scatenato ovvie polemiche, ma a Genova le autorità cittadine si sono spese pubblicamente "a difesa della democrazia, della laicità e della libertà di espressione". Per questo l'Uaar chiede al Comune di Genova di intervenire per la revoca dell'incarico alla Igp Decaux. "Intanto, i nostri legali stanno valutando la faccenda e a breve decideremo che cosa fare. - conclude Carcano - Mentre la

campagna di sottoscrizione, che ha già raccolto 13 000 euro, continua".

