

STOP DALL'AZIENDA DI TRASPORTI MILANESE

Niente pubblicità atea sul bus «Vietate politica e religione»

La decisione dell'Atm che va oltre il regolamento

Luca Fazzo

Milano L'esistenza di Dio non può essere messa in dubbio da un cartellone pubblicitario: non a Milano, almeno, sui tram e gli autobus che scorrazzano per la città. In un'epoca in cui tutto, o quasi, è oggetto di *reclame*, l'azienda milanese del trasporto pubblico nega i suoi spazi ai poster che l'associazione degli atei voleva affiggere per convincere i cittadini milanesi che dell'esistenza di un Essere Supremo non c'è, a ben vedere, alcuna prova concreta. Tesi in circolazione da tempo e con alterne fortune, che i suoi sostenitori volevano rilanciare con una campagna in grande stile. Ma l'Atm ha detto no.

I cartelloni che **l'Uaar** (è il nome dell'associazione: **Unione degli atei**, agnostici e razionalisti) chiedevano di far girare per la città si limitavano a un obiettivo concreto: essendo in corso le iscrizioni dei bambini al prossimo anno scolastico, convincere i genitori a rifiutare l'insegnamento della religione cattolica, lasciando che i figli affrontino in epoca più adulta i temi della fede. «Posso scegliere da grande?», diceva il bambino ritratto nei poster. Ma i poster sono stati respinti dalla Igp, la

concessionaria di pubblicità, su indicazione della direzione di Atm. Motivo: esisterebbe un «divieto di comunicazioni pubblicitarie con contenuto religioso» sui mezzi pubblici milanesi. Interpellata sul tema, Atm conferma che un regolamento interno vieta le *reclame* politiche e religiose sui mezzi in movimento mentre (chissà perché) le consente all'interno delle stazioni e sulle pensiline delle fermate. Agli atei, in realtà, è stata rifiutata anche l'affissione su spazi fissi: ma di quest'ultimo diniego Atm scarica la responsabilità sulla concessionaria di pubblicità.

Non è la prima volta che il tema del «politicamente corretto» irrompe sui mezzi pubblici milanesi: quattro anni fa il vicesindaco De Cesaris fece rimuovere i cartelloni di un succo di frutta, colpevoli di ritrarre accanto al prodotto il sedere (vestito) di una ragazza. Ma in questo caso entrano in gioco temi ancora più complessi, come la libertà di culto e di coscienza: e gli atei, insoddisfatti delle giustificazioni di Atm, fanno presente che in occasione della visita di Papa Francesco i tram erano pieni di cartelloni. Ma in quel caso, ribatte l'azienda, si propagandava un evento, non una fede.

