

MERCOLEDÌ, 05 DICEMBRE 2007

Pagina VII - Roma

L'ARCHEOLOGO

La critica dell'ex soprintendente Adriano La Regina

"Poster come gabbie a Roma è invasione"

Da anni lo ripeto: la città non può essere oscurata per dare luce a slogan pubblicitari
Per anni il paesaggio urbano è stato protetto Poi la giunta Rutelli ha cambiato le regole

«Sono anni che mi batto contro l'immagine di Roma oscurata da chi vuole mettere in luce i propri prodotti commerciali ingabbiando di pubblicità i monumenti del centro storico. E la città è sempre più ostaggio dei poster pubblicitari». Adriano La Regina, lo studioso che fino a tre anni fa ha guidato la Soprintendenza archeologica, e che ora è presidente del Parco dell'Appia antica, si dice «stanco di ripetere sempre le stesse cose». Ma non demorde.

Nel settembre del 2005 lei criticò la campagna di monitoraggio sugli obelischi lanciata dalla Soprintendenza architettonica. Cosa è cambiato?

«Poco, o nulla. È aumentato il turismo a Roma. Però sono cresciuti i monumenti occultati dai mega poster. Ma s'è alzata anche la voce di protesta dei cittadini. E lamentele vengono dal contesto internazionale». Per l'obelisco Sallustiano a Trinità di Monti sono finite le indagini e a gennaio iniziano i lavori di restauro. Il percorso è logico, dov'è l'errore?

«Nel fatto che ormai sono diversi anni che piazza di Spagna è coperta di manifesti. Non sono contrario agli interventi di restauro, ci mancherebbe. Ma per eseguire le indagini non ci vogliono anni. Bisogna farle nel minor tempo possibile, quindi intervenire rapidamente».

È possibile porre un limite di tempo ai ponteggi?

«Devono restare il tempo che serve. Non un giorno di più. Un criterio di trasparenza dovrà pure esistere in questa giungla di tubi innocenti e di poster con testimonial dagli sguardi ammiccanti».

Il restauro del Vittoriano non prevede pubblicità e i ponteggi si spostano da settore a settore, senza occultare tutto il monumento.

«È un esempio virtuoso. Può essere preso a modello. Ma stendiamo un velo pietoso sull'impatto che ha avuto sull'Altare della Patria l'ascensore posto alle spalle...».

I cartelli apposti sui ponteggi informano sufficientemente?

«Guardi quello dell'obelisco di San Giovanni: i lavori dovevano essere già finiti e invece la "gabbia" è ancora lì. Ma che almeno aggiornino la data e spieghino perché c'è stato un ritardo nella riconsegna alla città del monumento».

Le pubblicità servono a pagare i lavori e a restituire l'opera sanata. E poi le "gabbie" non sono per sempre.

«Sì, sono temporanee. Ma siccome chiuso un cantiere se ne apre subito un altro, magari sulla stessa piazza, ecco che l'occultamento diventa costante, quasi eterno. È inutile lamentarsi del degrado del paesaggio italiano se permettiamo questa continua alterazione di quello urbano».

Chi ha iniziato per primo a Roma, i proprietari degli edifici privati o i responsabili dei monumenti pubblici?

«Tutto iniziò con la giunta guidata da Rutelli e con Claudio Minelli assessore. Fino ad allora il paesaggio urbano era abbastanza protetto. Furono però introdotte modifiche al regolamento comunale. E l'effetto è stato devastante».

L'INGEGNERE

Parla il direttore regionale Beni culturali, Luciano Marchetti

"Sponsor necessari ora tocca al Pantheon"

Manutenzioni ai Fori, a largo Argentina, alla Barcaccia e alla chiesa di piazza del Popolo
Forse sono brutte da vedere ma le pubblicità sui ponteggi rendono Roma più bella

«È uno dei simboli di Roma, salvarlo intervenendo al più presto è un obbligo, oltre che un dovere». Non ha dubbi Luciano Marchetti, direttore generale per i Beni culturali del Lazio, riguardo alla necessità di restaurare al più presto l'obelisco di Trinità dei Monti.

Come mai il monumento ha bisogno di un intervento così urgente?

«È noto che a Roma il livello di inquinamento è piuttosto elevato. Ed è altrettanto evidente che la capitale dispone di un immenso patrimonio archeologico e artistico costantemente sottoposto ai danni provocati dallo smog. Ebbene, in questi anni l'inquinamento ha fortemente danneggiato i marmi dell'obelisco, alterandone il colore e la cromatura. Inoltre, i decori in bronzo posti in cima all'obelisco oscillano pericolosamente e le infiltrazioni della pioggia hanno corrosato le cavità interne del monumento: se non si interviene al più presto nei prossimi decenni l'obelisco potrebbe addirittura crollare».

Si può dire che se il ministero per i Beni e le attività culturali fosse intervenuto prima, forse ora non ci sarebbe tutta questa urgenza?

«I monumenti hanno bisogno di una manutenzione costante e periodica, ma purtroppo si tratta di restauri molto costosi, spese che non sempre il ministero può sostenere».

Ma "impacchettare" i monumenti con maxi-cartelloni pubblicitari è l'unica soluzione per salvare i monumenti dal degrado?

«È triste da constatare, ma purtroppo è così. Forse non sono belle da vedere, ma le pubblicità che coprono i ponteggi in fondo rendono Roma più bella e restituiscono alla città il suo patrimonio artistico, restaurato e pronto a resistere nei secoli»

Quali altri monumenti avrebbero bisogno di urgenti interventi?

«Sicuramente c'è bisogno di andare avanti con la manutenzione dei Fori imperiali e di largo Argentina. Poi sarebbe utile trovare nuove sponsorizzazioni per il restauro delle facciate del Pantheon, della fontana della Barcaccia e della seconda chiesa gemella di piazza del Popolo»
Quindi se nei prossimi mesi si troveranno degli sponsor, anche il Pantheon potrebbe presto essere nascosto alla vista dei turisti da pannelli che pubblicizzano automobili, profumi, banche o capi d'abbigliamento?

«Diciamo piuttosto che se alcune importanti aziende private italiana o straniere vorranno associare la loro immagine ad alcuni monumenti-simbolo della capitale, presto la città vedrà completamente restaurati e ripuliti monumenti che non meritano di restare in un evidente stato di abbandono e degrado, come dimostrano i tanti clochard che ogni notte usano il recinto del Pantheon come dormitorio»

(laura mari)