

La pubblicità dà i numeri?

Di Mario Morales

Ma quanto si informano gli italiani via telefono? Morto il 12 se ne fa un altro e allora vai con la comunicazione per le informazioni via telefono. Una corsa tra Claudio Bisio, ballerini sgangherati e batuffoli rossi ballonzolanti, per aggiudicarsi il favore dei poveri telefonatori e delle loro improrogabili domande.

Mi rendo conto che l'unico settore che tira in Italia è la telefonia, soprattutto quella mobile e che di conseguenza le tariffe stanno salendo alle stelle e le promozioni a pioggia contribuiscono ancor più a confondere le idee. Ma adesso, forse si sta passando il segno. Sono senza dubbio un homo



technologicus convinto dell'importanza del progresso; ma talvolta mi prende un po' di nostalgia per le centraliniste vere, magari con un po' di accento lievemente dialettale alla Franca Valeri, o del vecchio 12 che ti aiutava a cercare l'utente introvabile. Ma ora tra risponditori digitali che ti tengono appesi ai loro bip bip come un prosciutto a stagionare, numeri tuttofare che risolvono i problemi della vita moderna, super indaffarata e ansiocentrica; trovano il ristorante, la fidanzata, I numeri del lotto, naturalmente vincenti, e chissà quante altre indispensabili amenità.

Il dubbio che mi assale è questo: non sarà che sta iniziando la guerra degli elettrodomestici e che i robot comunico-guidati stanno piano piano conquistando il nostro cervello per trasformarci a loro immagine e somiglianza. Ve la immaginate una scala evolutiva che dopo l'homo technologicus vede nella sua vetta l'homo elettrodomesticus, con la signora Amalia che antropomorfizza un'aspirapolvere e tradisce il marito con un Folletto Worwerk e il signor Parodi con il cranio catodico e l'auricolare blu tooth già dalla nascita che litiga con l'imberbe figliolo che non mette bene a punto il suo sistema di e-learning integrato e per questo è continuamente rimandato. Brutta testa di Ipod.

Buon divertimento e auguri; in attesa di vostri cortesi e preziosi pareri.