Come ci vede la pubblicità attraverso lo schermo tv.

Uno smascherante effetto specchio della realtà.

C’era una volta carosello e poi … tutti a nanna!

Qualcuno se lo ricorderà ancora!

Quanto tempo è passato da quando per dipingere una parete grossa occorreva un pennello grosso, da quando per vincere il logorio della vita moderna bastava un sorso di liquore da bere comodamente seduti nel bel mezzo del traffico di automobili, da quando vitaccia cavallina scappava sempre la parolina e non era vero che tutto andava bene, tutto faceva brodo, perché qualche volta bastava la parola. Momenti di vera goduria culturale di un popolo in pieno boom economico. Momenti da attendere come riferimenti essenziali per scandire con sicurezza la fine della giornata attiva ed entrare nel relax del dopocena.

Più o meno mezzo secolo dopo, per un popolo molto più maturo e socialmente impegnato, i messaggi così ingenuamente semplici e poco articolati sembrano non essere più sufficienti.

Ma, andando oltre la mera constatazione tecnica, **come ci vede oggi la pubblicità?**

Ci vede come un popolo che soffre di emorroidi, bruciori di stomaco, flatulenze, funghi delle unghie, mali di schiena, perdite urinarie odorose; inconvenienti che si possono ovviare facilmente bevendo bottigliette di acqua mentre camminiamo ondeggiando come dive del cinema, scegliendo il giusto integratore o aperitivo, oppure, ovviamente, per non tralasciare gli aspetti delle relazioni più intime, usando un lubrificante o un profilattico supersottile per non perdersi il meglio di … non mi ricordo più che cosa.

Insiste col ricordarci che abbiamo pruriti ovunque a causa degli allergeni descritti in etichetta o per cause naturali dovute ad una non corretta igiene intima, e che fin da piccoli ci occorrono miliardi di bacilli da ingerire per stare meglio solo perché non abbiamo consumato esclusivamente prodotti italiani certificati almeno da sette enti di tutela.

E ancora siamo fagocitatori compulsivi di ogni sorta di liquidi senza zucchero e biscotti senza olio di palma per mantenerci agili e scattanti anche in piena estate mentre corriamo spensierati sotto il sole cocente, sereni e contenti perché più sudiamo più profumiamo di fresco, soffriamo pene dell’inferno in attesa che arrivi da solo un tonno che ha aspettato di maturare a sufficienza dentro una scatoletta semovente che suona alla porta proprio all’ultimo momento prima di andare in tavola, risparmiamo sulle polizza auto e sulle tariffe telefoniche per poi andare in vacanza low cost non importa dove, quando, e a fare che.

Per finire questo breve flash, tutto meno che subliminale, non mancano tra i quadretti quello sulle creme che spianano le rughe, come usare uno spray per eliminare le vene varicose oppure gli insetti molesti, e quindi i metodi per ricordarsi degli odori e rumori di una volta mediante spray nasali e protesi acustiche invisibili.

E mi son chiesto, **i pubblicitari stanno forse esagerando?**

Mi sono guardato in giro per avere un riscontro pratico e, adottando un criterio di osservazione del nostro quotidiano con un occhio di riguardo ai particolari comportamenti e situazioni citati, ho dovuto ammettere che

ci hanno preso in pieno: **siamo proprio così!**

Anzi! Non solo non hanno esagerato, ma sono stati benevoli nei nostri confronti.

A dirla tutta, hanno ancora un ampio margine di ricerca e sviluppo da sfruttare, per proporre suggerimenti educativi ed edificanti, contribuendo ulteriormente al benessere di tutti.

E allora?

Pubblicitari cosa aspettate?

Restiamo in trepidante attesa di nuove suggestioni che ci aiutino a capire sempre di più chi siamo, che ci aiutino così a correggere quanto prima i nostri comportamenti errati, e, qualunque sia il messaggio ritenuto più efficace per farlo, trovare così il modo per riuscire a vivere meglio.

Ringraziamo anticipatamente chiunque lo farà.

Firmato per tutti coloro che si riconoscono in quanto riportato:

Un membro del popolo di consumati consumatori a cui si rivolge la pubblicità.

Grafica e testo

Pietro Cartella

© 2024 **CIVICO20NEWS** – riproduzione riservata

Data di pubblicazione: 19/04/2024

Salvato in PDF in data: 20/11/2026

Link all'articolo: https://civico20-news.it/di-tutto-un-po/come-ci-vede-la-pubblicita-attraverso-lo-schermo-tv/19/04/2024/