

non era mai successo – di Antonio J. Mariani

Non era mai successo ...



nella storia che gli occhi, i nostri occhi, venissero sollecitati da un numero così impressionante d'immagini, che, ovunque ci abbagliano con lusinghe di ogni tipo, miranti in definitiva ad ammaliarci con un pressante *scegli me*, che vale non solo per gli acquisti, ma anche per tutto il resto.

Quando da piccolo accompagnavo mia madre al mercato sapevo già verso cosa si concentrava il suo sguardo: sui prezzi scritti su cartone ondulato, non tanto su quel che conteneva la cassetta esposta.

Questo era il suo inevitabile criterio per fare la spesa (viste le modeste entrate). E' un parametro purtroppo ancora diffuso, ma, tendenzialmente, ora più che mai, lo *scegli me* vuole conquistare gli occhi, (poi, saranno loro a vedersela con la disponibilità economica).

Della stessa pasta di questo insistente *scegli me*, sono fatti anche i leader politici: analogamente ai prodotti in vetrina, non sono *tucc istess* (come sostengono alcuni per scansare la responsabilità insita nel suffragio universale).

Per rendersi conto che non siano tutti uguali, *basta guardarli anche ad audio basso*: i populistici sono *inguardabili per l'astio che sprizzano da ogni poro*; se, poi, si alza il volume, il loro *messaggio è assordante, ripetitivo e non credibile*, come uno spot del tutto privo di creatività.

Ad ogni buon conto tutto questo riguarda anche il mondo cosiddetto virtuale (che, più che contrapporsi al reale, costituisce un'intrecciata parte rilevante di esso), ma questo

merita un discorso specifico.

In generale, fortunatamente, la seduzione avviene anche *tramite l'incanto (derivante dalla qualità intrinseca di ciò che ci attrae, di come ci viene proposto e di come ci avviciniamo ad esso)*, ma, in questo caso, la vista ha sì voce in capitolo, ma, *nell'assemblea di condominio con gli altri sensi e con il cuore*, non tende a sopraffare: responsabilmente si sceglie con gioia convinta.