

MARCO SAMBRUNA

Pig Marketing

UN ROMANZO SUL POTERE



Leucotea

LEUCOTEA

ISBN 978-88-94917-38-3

© Copyright 2020 by Edizioni Leucotea Srl,
Via Fratti, 18 – 18038 Sanremo (IM)

www.edizionileucotea.it

Prima edizione

MARCO SAMBRUNA

PIG MARKETING
UN ROMANZO SUL POTERE

EDIZIONI LEUCOTEA
SANREMO

IL SIGNOR CROMO

Il signor Cromo uscì dal tempio de “I Maratoneti di Dio” leggermente rinfrancato.

Le parole del pastore che, durante l’omelia, aveva commentato un gruppo di salmi diretti a Dio da parte dei giusti che non ne potevano più di essere presi in giro da gaudenti, libertini, golosi, lussuriosi, avari, prepotenti, sfruttatori e menefreghisti vari lo facevano sentire meno solo sotto il peso della sua sofferenza.

Infatti anch’egli, il signor Cromo, si sentiva senz’altro parte della schiera di quelli che in tutti i tempi e sotto tutti i cieli si percepivano vittime di ingiustizie assortite oltremodo presi per il culo da coloro che godevano sadicamente del loro disagio.

Il disagio: il signor Cromo aveva imparato a conoscerlo bene e a convivervi anche a prezzo di dure traversate psichiche nei territori desolati e vuoti della sofferenza.

Per giunta doveva pure fingere di stare bene quando era in famiglia con sua moglie Geltrude e le due figlie appena maggiorenni: per fortuna ora erano tutte e tre fuori dai piedi in vacanza e dunque il signor Cromo appena arrivato a casa poteva sbattersene di pulirsi ben bene le scarpe sullo zerbino, innaffiare le paturne sul balcone e in generale badare troppo a non sporcare.

Il signor Cromo aveva parzialmente imparato a non farsi condizionare troppo dal suo aspetto fisico per non farsi travolgere dal pessimismo circa le sue possibilità di riscatto future dopo l’inglorioso ridimensionamento professionale che aveva dovuto subire alla *Pig Marketing Srl*.

E non era mica cosa da poco il suo demansionamento: da responsabile della sezione *brainstorming* per l’ideazione di idee vincenti finalizzate al lancio di nuovi prodotti a semplice *brainstormer* e -volesse Dio- non ci fossero in programma altri smottamenti verso incarichi ancora più umili.

Quel pomeriggio estivo appena rientrato dal tempio come sempre andò a verificare il proprio aspetto allo specchio del bagno con la stessa ansietà con cui certe donne in perfetta forma verificano il loro peso alla bilancia.

Esaminò il suo volto paffuto che cominciava a mostrare i primi segni di cascame: le guance si erano ingrossate, fatte spesse ed eccessivamente carnose. Lo sguardo aveva assunto un'espressione quasi patetica da can bastonato, eccessivamente umano, da buono ingiustamente perseguitato. I capelli bianchi, anzi candidi, si erano diradati, ma in fieri filamenti tendevano a ergersi orgogliosamente sul cranio come sentinelle zelanti. Anche il corpaccione ingrassato e tarchiato da cinquantenne tendeva a cedere, ma le ossa restavano robuste e grosse come denunciavano le dita grassocce e le mani forti soprattutto quando stringevano quelle altrui in una morsa decisa e oscenamente avvolgente. Tuttavia la bocca col labbro inferiore che sopravanzava quello superiore in un broncio deciso, una cicatrice sulla tempia destra e la mandibola leggermente butterata conferivano ancora al suo aspetto la parvenza dell'antica grinta cazzuta che avevano fatto di lui un *marketer* vincente riverito e temuto.

Cheché la sua umiliante caduta professionale indicasse il contrario, lui si sentiva ancora un vincente del cazzo.

Era tra quelli che avevano inventato le campagne pubblicitarie che avevano fatto definitivamente decollare la *Pig Marketing Srl*.

Vogliamo parlare della sua trovata pubblicitaria prima del declassamento ad esempio?

L'Ipnotizzatore Onirico Ultraman© era stata una grande idea che lui aveva elaborato e per la quale era stato citato perfino sul "Giornale del Marketer".

Il committente che aveva ingaggiato l'azienda per lanciare sul mercato un dispositivo che favorisse la sonnolenza negli uomini che avevano difficoltà ad addormentarsi aveva dato disposizioni precise: serviva un prodotto non farmacologico, semplice, efficace, economico. Il signor Brambilla, vale a dire l'Amministratore Delegato della *Pig Marketing Srl* in persona aveva chiesto alla *sezione brain-*

storming diretta dal signor Cromo di inventare un prodotto assolutamente performante.

E lui assieme ad uno staff di undici *brainstormers* aveva risposto alla stragrande inventando un dispositivo assolutamente innovativo.

L'*Ipnotizzatore* era infatti un semplice visore di circa otto pollici con i classici tasti *play*, *rewind* e *forward* che riproduceva immagini e suoni rilassanti in grado di conciliare il sonno: l'utente non doveva fare altro che infilarsi sotto le lenzuola accendere il visore, guardare le immagini, ascoltare i suoni e nel giro di dodici minuti al massimo crollava addormentato.

La parte più difficile ovviamente era stata la selezione delle immagini e suoni da caricare sul visore; allo scopo il signor Cromo aveva consultato degli esperti che avevano suggerito una sequenza di tre brevi video accompagnati da cinque sequenze sonore.

Il primo video riguardava la lettura di una serie di norme relative al diritto amministrativo condominiale balcanico eseguita con lentezza esasperante e con effetto telefonico da una voce fuori campo con la "R" sdrucchiola mentre scorrevano le immagini di sequenze di finestre tutte uguali con le tapparelle semi abbassate a simboleggiare le palpebre in procinto di chiudersi vinte dal sonno.

La seconda serie presentava le immagini ingrandite di cellule che fagocitavano corpi estranei in un organismo animale sovrapposto e intercalato da frammenti di film di Andy Warhol. L'audio era costituito dalla trasmissione dallo spazio di comunicazioni tecniche fra una stazione orbitante e la Terra disturbato da continue scariche elettrostatiche e "bip" sonori.

Infine la terza parte, quella destinata a provocare il crollo dell'insonne già narcotizzato dai primi due video, era l'immagine della figura intera di una giovane donna leggermente in sovrappeso che indossava un vestito verde decorato con vaghi motivi floreali sullo sfondo di un paesaggio bucolico. Poi l'immagine si focalizzava lentamente sulla faccia placida e pacifica della donna che sembrava fissare la telecamera con aria incuriosita. Il suo volto paf-

futo, le labbra carnose semi aperte e gli incisivi in evidenza gli conferivano un'aria piacevolmente conigliesca. Un refolo di vento gli agitava pigramente i capelli mentre l'immagine della donna tornava in secondo piano sempre sullo sfondo di un paesaggio idillico-pastorale. A questo punto la donna con la sua voce monotona e dolce sussurrava una specie di nenia infantile sempre più debole, sempre più lontana...

Secondo gli esperti che avevano elaborato le sequenze di immagini prima della fine della nenia il soggetto insonne era già crollato e dormiva beatamente della grossa. Ora, stranamente e contro tutte le previsioni *l'Ipnotizzatore Onirico Ultraman*© si era rivelato un colossale fallimento: i soggetti insonni alla fine della visione non solo non si addormentavano, ma risultavano più arzilli che mai, svegli e presenti a se stessi e perfettamente lucidi. Solo studi più approfonditi condotti dalla divisione scientifica, avevano rivelato che in realtà l'ultima sequenza di immagini con la giovane donna dall'aria placida risvegliava insospettabili stimoli sessuali nell'insonne se costui era di sesso maschile. Evidentemente e contrariamente a tutte le aspettative la donna conigliesca era dotata di un sex appeal recondito, ma proprio per questo ancor più seducente che risvegliando dei moti sessuali sepolti negli uomini provocava l'immediato dileguamento di qualsiasi bava di sonnolenza e suscitava l'eccitamento dell'insonne.

In alcuni casi addirittura l'insonne si era innamorato della donna dall'aspetto tranquillizzante e dava in smanie per poterla conoscere.

Del resto dobbiamo qui sottolineare che l'aspetto conigliesco della giovane e placida donna nulla aveva a che fare con le sembianze delle conigliette di riviste erotiche del passato come "Playboy". Infatti mentre le conigliette avevano la capacità di seduzione erotica che derivava dalla ottima forma dei loro corpi e dalle movenze provocanti e graziose delle loro forme sinuose e insidiose, la donna placida del video la potremmo definire non tanto una aggraziata coniglietta quanto una grossolana conigliona di campagna cresciuta a carote e cespi d'insalata. E tuttavia evi-

dentemente depositaria del fascino erotico che emana la naturale aria pacifica di chi è cresciuto a contatto della natura lontano dalle complicazioni della psiche e dalle nevrosi urbane.

L'ultima sequenza di immagini fu dunque sostituita con altro materiale audiovisivo che rappresentava una partita a scacchi al rallentatore mentre una voce fuori campo commentava i risultati di una ricerca fiscale-tributaria.

Tuttavia ormai una certa quantità di *Ipnotizzatore Onirico Ultraman*© era già stata venduta e il *flop* del prodotto era già stato commentato all'interno delle rubriche scientifiche di alcuni quotidiani con effetti disastrosi sulle vendite.

Il signor Cromo riuscì a cavarsela in ogni caso per l'ottima ragione che lui e il suo staff avevano ideato il prodotto, ma la scelta delle tre sequenze di immagini era stato a cura degli esperti del comitato scientifico. Del resto sapeva bene che il *flop* del prodotto, di cui peraltro era solo parzialmente responsabile, non era che un pretesto. Il vero motivo del suo declassamento aveva a che fare con il progetto PMM-PPP.

Del resto lo smottamento verso le bassure della gerarchia aziendale del signor Cromo non si era ancora fermata.