

Il ritorno dei morti viventi



Curioso quello che sta succedendo nella tua mail, vero? mi posso permettere tanta confidenza? Sono del tutto persuaso che ti sia abituato a ricevere, insieme a preziose comunicazioni di scambio professionale e a intriganti e spassose letterucce personali, una certa quantità di spamming che ti alletta promettendo pillole dalle mirabolanti proprietà afrodisiache, allargamenti di organi centrali nella tua virilità, e contatti da cittadine dell'est alla ricerca delle tue attenzioni. Del tutto incuranti anche se a ricevere sia un uomo o una donna.

Di questi tempi però le caselle mail di tutti i colleghi si popolano di comunicazioni di sigle, gruppi, associazioni, aggregazioni di paladini difensori della professione psicologica. Si firmano con sigle dimenticate, dopo la loro scomparsa, avvenuta circa un paio di giorni dopo avere perso le ultime elezioni. In questi quattro anni, la sigla del partitino è stata accuratamente sepolta da qualcuno per un buon quadriennio, per poi riemergere come l'arto dello zombie di turno nei film di Romero quando spunta dal terriccio del camposanto.

Sigle esumate, ripulite, ancora buone. E quanti sono! Che sarà successo, a dare tutto questo slancio al senso civico, al rispetto della cosa pubblica, al desiderio di battersi contro questa o quella intollerabile angheria ai danni degli psicologi?

Ebbene, la prelibata leccornia, il caldo corpicione che attira così infallibilmente la torma di zombie affamati e scribacchini è la vicinanza delle elezioni, e la possibilità, anche per chi della politica professionale e della categoria si è sempre del tutto disintesessato per anni di richiedere uno strapuntino all'Enpap, specie stavolta che certe

compravendite chiacchierate come quella del palazzo di Via Stamperia hanno messo qualche dubbio sulla gestione attuale, targata AUPI.

Ci sarà quindi posto per tutti stavolta? Nel dubbio, si è scatenata tra i corridoi dei CPS e delle Università, nelle aule delle Scuole e negli studi di certi colleghi (i soliti noti per lo più) una campagna acquisti tra le più agguerrite, spregiudicate e spudorate che si siano mai viste. Già, perchè un conto è esumare la sigla dalla sua degna sepoltura, un altro è trovare qualche vivo disposto a farsi rappresentare dal vessillo semidecomposto. Potrei fare i nomi delle sigle che ad ogni stagione si ripresentano senza pudore, ricordando una vocazione che inizia appena si intravede la torta, e sparisce appena questa viene spartita.

Se ne vedranno delle belle, di sicuro, tra alleanze improbabili, programmi scopiazzati, anime difficili da riciclare. E qualche faccia nuova da far sfilare, di sicuro, qualcuno ancora presentabile tanto, così, per darla a bere a chi in questi anni è stato distratto così tanto da non riconoscere l'impegno vero dall'assalto della torma degli zombie che cercano di entrare in casa questa volta non dalla porta ma dal cavo della Rete. Nel caso sempre meglio farsi trovare preparati e aprire la mail armati di aglio e di un pendaglio con almeno un piccolo, discreto crocefisso.