

ORGOGLIO & STORY-BOARD

XXVII puntata

Tramortito dagli ultimi avvenimenti il Direttore Marketing Livio De Nutis praticava una forma sofisticata di mimetismo aziendale. Come un ramarro si confondeva ora con la scrivania, ora con l'armadio a vetri, ora perfino con il pavimento a tavelloni bianchi. L'imperativo categorico era diventato il non dare troppo nell'occhio, l'affrettarsi a cancellare le proprie tracce appena lasciate, in direzione dell'auspicato oblio. Un osservatore attento, in possesso di una immaginazione neppure troppo fervida, non avrebbe fatto fatica a notare, appeso in permanenza alla maniglia delle sue giornate e dei suoi pensieri, il più classico dei cartellini "do not disturb". Il Direttore Marketing della filiale italiana della grande casa automobilistica puntava a realizzare un modello evoluto di "pensionato attivo" o, visto dalla prospettiva opposta, di "lavoratore semi-passivo". La collocazione del lavoro nella sua personale gerarchia dei valori e delle priorità era precipitata bruscamente, raggiungendo da alcune settimane la coda della classifica. De Nutis non rispondeva quasi più al telefono o ai messaggi di posta elettronica, alimentando una forma di appagante auto-isolamento. Quando proprio non poteva scampare qualche riunione operativa, delegava un pupazzo che gli somigliava molto a rappresentarlo, con una presenza improntata all'ordinaria amministrazione. Lo aveva programmato a tavolino, utilizzando un algoritmo elaborato con l'unico obiettivo di limitare i danni. Diceva quasi sempre di sì, ricorreva a lunghe circonlocuzioni retoriche dal significato a volte duttile a volte arcano, si muniva di speciali sensori che gli consentivano di schivare le polemiche nel momento stesso in cui si delineavano all'orizzonte. Interpretava una funzione certificatoria, notarile, disconoscendo abilmente la paternità di ogni pensiero, anche di quello appena partorito dalla sua mente. Si era trasformato dunque in una sorta di manager mascherato, che disbrigava in fretta gli affari correnti secondo la logica aurea dello strettissimo necessario, ispirata dal disincanto. In controtendenza rispetto alla sua vita professionale precedente, orientata ad un pragmatismo quasi maniacale, si distingueva per la fumosità degli interventi nel corso dei famigerati C.S.I. (Comitati Strategici Interfunzionali), simbolo assoluto e sempiterno di improduttività e onanismo aziendale. Frasi vaporose quanto inconfutabili del tipo "Occorre recuperare competitività attraverso la piena valorizzazione degli asset strategici ed una gestione prudentiale dei fattori di

rischio" o sfiancanti perifrasi sul concetto di valore aggiunto costituiscono la summa inconfondibile del pensiero Denutisiano per tutta la fase del riflusso. Nelle occasioni più importanti, per rendere la sua maschera più credibile, avvolgeva quelle vacue espressioni in un packaging accattivante fatto di enfasi e ardori degni del più consumato mattatore, alternando pause sapienti a improvvise accelerazioni condite da sguardi marpioneschi. La capacità di maneggiare le parole piegandole come docili giunchi alla sua volontà o all'interesse del momento lo metteva al riparo da ogni minaccia, tanto più in un ambiente connotato da un tasso di alfabetizzazione (in senso aziendale e letterale) desolatamente basso. C'era un solo uomo in grado di stanare De Nutis dall'amaca oziosa su cui si era adagiato. La telefonata dell'Amministratore Delegato Ing. Pagano, come quasi tutte le peggiori notizie, colse Livio mentre sgattaiolava precocemente dall'ufficio, in compagnia di qualche senso di colpa. - Pronto, Livio?- Buongiorno, Ingegnere Pagano- A cosa devo....- Volevo solo comunicarti che la ricreazione è finita... - Il numero 1 della branch italiana della grande multinazionale automobilistica le cose non le mandava certo a dire per il tramite di felpati ambasciatori- Prego?- Guarda che io lo so bene che non stai facendo una mazza... Puoi prendere per il culo gli altri imbecilli che proliferano in questa cloaca malsana, devoti ultraortodossi del nulla cosmico, ma non me...