

# ORGOGLIO & STORY-BOARD

## XXXIV puntata

Un tempo De Nutis era stato orgoglioso di essere il ghost writer dell'azienda. Niente di ufficiale, è ovvio: la notizia doveva restare riservatissima perché nessuno doveva dubitare, neanche per un attimo, dell'onnipotenza onnisciente dei vertici aziendali. Questi ultimi, dal popolo dei sottoposti, dovevano essere percepiti come forme di vita superiori, sintesi di virtù manageriali miracolosamente combinate con ispirate traiettorie di carattere culturale, che spaziavano dall'arte, alla storia, dalla filosofia alle scienze, senza perdere di vista l'estetica, l'etica e neppure la psicanalisi. Per alimentare il mito della perfezione disumana del top management alcuni agenti prezzolati avevano messo in circolo perfino voci relative a performance sessuali esorbitanti, ad ormoni insaziabili, a fenomenologie antropometriche sconosciute all'intero orbo terracqueo. Certo, a carico di De Nutis vi erano alcune situazioni non proprio esaltanti: il riserbo imposto sul suo reale contributo alla stesura degli speech precludeva, ad esempio, al Direttore Marketing le agognate ricadute d'immagine presso la platea femminile interna. Né si poteva negare che si fosse proceduto ad una interpretazione fin troppo estensiva del suo ruolo: dalla predisposizione dei discorsi si era passati presto alla corrispondenza di livello per poi degenerare fino ai testi per le targhe-ricordo, i telegrammi, i necrologi, i biglietti augurali, etc. Un giorno a De Nutis era stata commissionata con carattere di urgenza la formulazione di una lettera d'amore "vincente" per un nipote quattordicenne del Direttore Finanziario paralizzato dalla timidezza. Ma i veri problemi erano altri. Potevano essere definiti eufemisticamente problemi di coerenza, che nascondevano più complessi problemi di decenza. Come mettere in bocca una sofisticata citazione di Sant'Agostino o una articolata riflessione di Schopenhauer ad un executive che scazzottava con i congiuntivi ma aveva un pessimo rapporto anche con i condizionali, gli infiniti, i gerundi, i participi e financo con gli indicativi? Come prestare una allegoria dotta, un'iperbole suggestiva ad un super-dirigente il cui cursus honorum scolastico era avvolto nel più fitto mistero ed i cui interessi extra-professionali erano circoscritti alla fruizione ossessiva delle parole crociate? Non mancavano neppure criticità maggiori. C'erano, in più d'un caso, rischi enormi di involontario umorismo: un vecchio direttore generale interpretava la comunicazione del budget alla rete commerciale con il tono e la postura di Marco

Antonio davanti alle spoglie mortali di Cesare. Arcane ingiustizie, era solito commentare amaro De Nutis tra sé e sé, rese ancora più arcane dall'enormità del divario fotografato dai rispettivi 730. Erano queste le avverse condizioni ambientali che comprimevano il potenziale piacere di De Nutis nell'abbandono al guizzo, al verbo, all'idea. Ad esse si aggiungevano quelle proprie del limitato territorio di caccia a disposizione. Si trattava pur sempre di iniezione elettronica, di diesel, di candele o di interni in pelle. Roba da far passare la fantasia anche a Picasso o a Mirò. Al centesimo intervento sulle prospettive del mercato automobilistico nella Madrepatria in relazione alle dinamiche globali ed ai mega-trend, neppure il più cazzuto dei raddomanti avrebbe potuto riscontrare una goccia di entusiasmo nella penna robotizzata di De Nutis. Non a caso Livio ricorreva sempre più spesso ad operazioni cosmetiche di bassa macelleria (un avverbio in più, il cambio di un aggettivo ed il riciclaggio malandrino è perfezionato), lasciava fiorire sempre più rigogliosi i copia e incolla aggressivi e i furti inconfessati ai danni di ignari eserciti di guru e opinion-leader di ogni settore, latitudine e caratura. Così il Nostro, turandosi il naso della professionalità, appagava "il cliente interno": accantonata per sfinimento (o rassegnazione) ogni aspirazione "correttiva", ne assecondava i tic, di qualunque tipo, anche quelli più assurdi. Perché negare al vice-direttore generale la gioia quasi osgarmica di un discorso farcito del suo intercalare preferito? Per quale motivo ringraziare l'uditorio di turno omettendo quel concetto ossessivo, sempre lo stesso, immarcescibile come un brano evergreen, che attraversava come una lama affilata tutti gli interventi dell'Amministratore Delegato? E perché mai sottrarsi al rito scaramantico che imponeva al Presidente di iniziare tutti i suoi speech con la parola "indipendentemente"?