



Non e' insolito che accada.

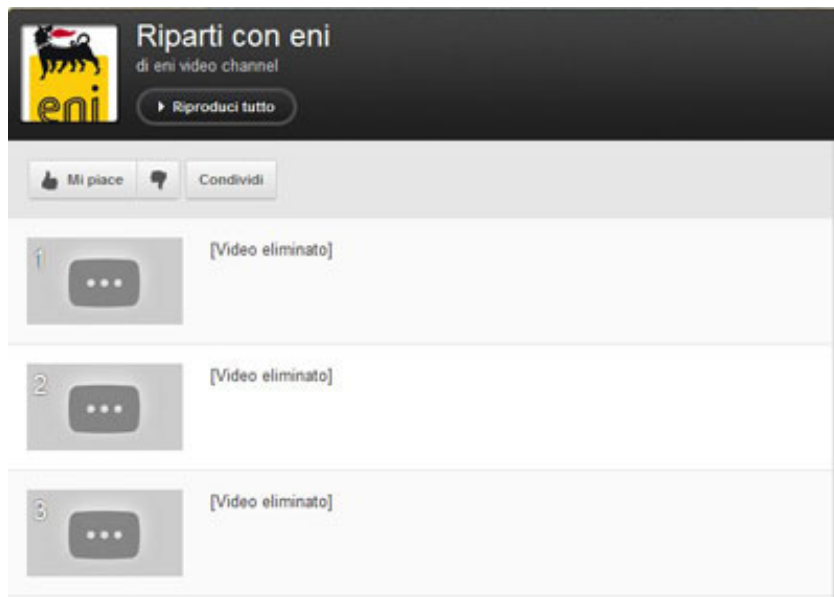
Capita, a volte, che ci si penta di rendere pubblici dei documenti messi in rete un po' precipitosamente o senza averne ponderato bene le conseguenze.

E' singolare, pero', che succeda ad una corazzata della comunicazione, quella potente macchina dell'immagine che alla supremazia della (sua) apparenza sacrifica qualcosa come 200 milioni di euro all'anno.

Decine dei migliori professionisti si dedicano con diuturna abnegazione a sistemare ogni giorno, pezzo a pezzo, un gigantesco sistema di specchietti che metta nella giusta luce quel che va visto (anche se non c'è) e metta in ombra o, meglio, censuri tutto ciò che possa anche solo mettere in dubbio l'infallibilità aziendale.

Tanto meno quella del capo.

Sarà proprio per quella maniacale cura dei particolari che qualcuno si e' affrettato a "rimuovere" dalla pagina ENI di Youtube prima la conferenza stampa di Scaroni, poi l'intervista di Fanelli, per i pochi distratti che non lo sapessero, l'attuale direttore generale di ENI R&M.



E' risaputo, quando ci si esprime a braccio s'improvvisa, si esce fuori dal seminato, ci si lascia andare ad un pizzico di esagerazione che nel contesto dato, fatto di grandi sorrisi, battute, lustrini, suggestioni e di una platea ben selezionata, dona all'aurea lucente del "potere".

Ma quando poi il tutto lo si rivede con lo sguardo più distaccato del replay e gli occhi disincantati delle persone normali, le esagerazioni, gli autoincensamenti, le sciocchezze appaiono solo per quel che sono.

Lo stesso vale per le interviste rilasciate a margine: la telecamera fissa e' impietosa con le incertezze espressive, lo sguardo perso a ricercare concetti mandati a memoria ma che si fanno fumosi e parole d'ordine che perdono d'incanto quella persuasività che nelle convention funzionava tanto bene.

Noi, pero', non siamo così perfezionisti, nè tanto intransigenti con i malcapitati manager dell'Eni.

A noi piace la spontaneità e siamo convinti che le pregne dichiarazioni contenute nei due video rimossi e che rimettiamo a disposizione di tutti -soprattutto dei Gestori Eni- con spirito di servizio, rivelino più efficacemente di qualsiasi retroscenista accreditato le vere intenzioni e la reale consistenza di "riparti con eni".

Verità che non possono essere congelate dall'algido spot di Rocco Papaleo.

Al quale, sia detto senza moralismi, qualcuno dovrebbe far sapere che la sua (non certo migliore) interpretazione, nelle intenzioni di chi gli paga il cachet, dovrebbe costare posto e stipendio a migliaia di persone.

Pecunia non olet, ma il tanfo si sente.