

Letture e visioni

Il grande capo

A cura di
Gianfranco Rebola

Chi ha la responsabilità complessiva di un'organizzazione avverte la pressione delle attese di coloro che più direttamente risentono delle sue decisioni. Ciò vale in particolare per i rapporti con i più immediati collaboratori: essere "capo" di persone non significa solo esercitare un potere e impersonare un ruolo gratificante, ma comporta che si sostenga il peso psicologico e morale dei si e dei no detti, in modo esplicito o anche implicito, alle richieste e alle attese di molti. Non c'è quindi da meravigliarsi se da sempre molti capi, nei più diversi campi, hanno subito la tentazione di nascondere la propria volontà e le proprie scelte dietro lo schermo di un potere, o di un arbitrio, di livello superiore al proprio stesso ruolo, dietro il paravento della necessità imposta da qualcun altro cui ci si deve sottomettere.

Il nuovo film del regista danese Lars von Trier "Il grande capo" riprende questo classico meccanismo di relazione sociale ambientandolo all'interno di un'azienda informatica, il cui proprietario, *Ravn*, direttamente impegnato nel ruolo di capo azienda, si è inventato l'esistenza di un "grande capo", l'imprenditore cui attribuisce l'esistenza stessa dell'azienda, oltre che la sua proprietà, perennemente assente a causa dei suoi interessi in America.

Il nostro è così riuscito ad attribuire alla figura idealizzata del grande capo ogni decisione impopolare e in questo modo ha potuto costruire, soprattutto con la cerchia dei 6-7 diretti collaboratori, un microcosmo lavorativo del tipo "grande famiglia". Egli ha personalizzato al massimo il rapporto con ciascuno di loro, utilizzando l'espedito di raccontare a ogni persona cose diversissime sul fantomatico grande capo, che però rispondevano ad esigenze personali specifiche. Lo schema narrativo riproduce quindi i classici meccanismi delle commedie basate sugli equivoci,

con la conseguente ricchezza di imprevisti e sorprese, che vengono soprattutto scatenati quando il “grande capo”, da sempre invisibile, si manifesta ai suoi dipendenti al momento della firma del contratto di cessione dell’azienda a compratori islandesi. Il fatto è che il vero proprietario, nel momento in cui ha deciso di vendere l’azienda, ha dovuto ricorrere all’ingaggio di un attore teatrale che impersonasse il fantomatico personaggio del “vero” imprenditore, presentandolo ai compratori e facendone ancora una volta il parafulmine verso il personale destinato al licenziamento.

La finzione dovrebbe durare lo stretto tempo necessario per concludere la trattativa, ma le cose si complicano e la simulazione finisce per continuare per un’intera settimana mettendo a dura prova le capacità teatrali di Kristoffer, un attore già carico di propri personali problemi. Costui si trova esposto a situazioni imprevedibili, dall’intervenire come esperto riconosciuto su temi e con un gergo che non conosce per nulla, fino al subire la rabbia violenta di un programmatore e le *avances* sessuali di un’impiegata, dovendo anche sostenere il rancore anti-danese del rappresentante dei compratori islandesi. Kristoffer va subito in crisi, inizia a capire un po’ di cose, ma fatica a uscire da uno stato di confusione. I confini tra recita e realtà non sono chiari, con un rimando al teatro dell’assurdo evocato attraverso la figura del drammaturgo Gambini, invenzione che rimanda forse a Ibsen, e che il nostro attore considera figura mitica e suo personale riferimento.

Von Trier afferma di aver voluto realizzare una semplice commedia, un film che racconta una storia divertente senza l’ambizione di innescare particolari riflessioni.

In realtà possono apparire scontate le letture che sottolineano come tutti recitiamo un ruolo nella vita e nel lavoro, di cui rischiamo di divenire prigionieri, ma che anche utilizziamo opportunisticamente evitando di prenderci troppe responsabilità.

La complessità delle strutture aziendali aiuta in questo, quasi tutti

possono evocare un “grande capo”, o comunque un riferimento oggettivo indipendente dalla propria volontà, per giustificare i propri comportamenti e scaricare su altri il peso della responsabilità.

“È così perché l’ha detto il grande capo” è una frase emblematica, la cui sostanza emerge di continuo anche con parole diverse nelle nostre organizzazioni.

Ma io credo che si possa andare al di là di questo, evidenziando altre tematiche.

Il film insiste particolarmente, infatti, sui rapporti che si stabiliscono tra i cosiddetti “collegli anziani”, il più ristretto gruppo dei responsabili dei diversi settori che collaborano direttamente e stabilmente con *Ravn* il capo effettivamente presente. Queste figure appaiono vittime di varie nevrosi, sono rappresentati pieni di problemi, ma soprattutto colpisce il forte investimento emotivo che compiono verso l’azienda e verso la stessa figura mitica del grande capo. Il fatto che questo, attraverso la mediazione di Ravn, si interessi a ciascuno di loro, in modo personalizzato, esprima attenzione e faccia promesse sembra altamente apprezzato.

La visione dell’impresa come grande famiglia sembra rivelarsi attrattiva, attraverso di essa le persone prendono sul serio le organizzazioni, investono risorse emotive rilevanti e questo vale soprattutto per coloro che si trovano più coinvolti nel contatto con il leader aziendale. L’eventualità di una vendita dell’azienda in questa logica appare un vero tradimento, non un fatto normale e sempre possibile in una logica economico-contrattuale: non si può vendere una piccola comunità, addirittura una famiglia. Questo non sembra un retaggio di un contesto mediterraneo, naturalmente propenso ad una logica “familista” nelle relazioni sociali, né di settori economici tradizionali. Troviamo invece rappresentato l’investimento emotivo nell’azienda e la cultura della famiglia allargata in un ambiente che riteniamo evoluto, quello di un’azienda informatica insediata in un paese del nord Europa. Ci si può chiedere se il contesto dei servizi tecnologica-

mente avanzati, quello delle produzioni immateriali, non porti ad accentuare l'intensità delle connessioni interpersonali e quindi il valore percepito dell'identificazione con uno specifico network di relazioni.

La serie di *gag* più o meno divertenti che coinvolgono l'attore Kristoffer evidenzia un ulteriore aspetto. Per i capi la possibilità di personalizzare il discorso con i diversi collaboratori, promettendo a ognuno ciò che chiede, o comunque si attende, costituisce un ideale, un obiettivo cui tendere. La storia danese è solo un'estremizzazione, un eccesso in questo senso. Il nostro *Ravn* esagera e segue questo indirizzo in modo del tutto scorretto. Ma, ancora di più, le persone stesse sembrano voler credere a questo inganno, divengono quasi complici di chi le inganna. Addirittura uno dei personaggi coinvolti ammette a un certo punto: "avevo capito tutto", rivela che la sua intelligenza aveva colto anche prima la verità, ma con l'emotività preferiva coltivare l'equivoco.

Esistono quindi attese forti, che chiedono soddisfazione, ma che sono anche fortemente contrastanti tra loro. Il problema del management è in gran parte questo, quale disegno di sviluppo aziendale costruire, che possa rispondere alle attese divergenti di coloro la cui forte motivazione è necessaria per poterlo mettere in atto con efficacia.

È un gioco complesso, nel quale qualcuno può essere tentato di barare.

Si ritorna quindi al ruolo dell'ambiguità, che interessa la stessa definizione degli obiettivi di un'azienda e quella delle ricompense (in senso lato) che vengono prospettate ai diversi partner. Non si può del tutto eludere il ruolo dell'ambiguità, che rappresenta anzi una risorsa, uno strumento per meglio controllare l'incertezza. Ma c'è una soglia, oltrepassata la quale coltivare l'ambiguità significa ingannare le persone e quindi contraddire quella stessa istanza di rispondere alle esigenze personali da cui si è partiti nel ragionamento.

Occorre quindi resistere alla tentazione di passare questo limite,

come avviene quando si scarica la responsabilità delle proprie scelte su qualcun altro.

Qualcuno dei commentatori vede nel film una denuncia della miseria morale dell'odierno mondo del lavoro, segnato da comportamenti egoistici, chiusura mentale, arrivismo diffuso a tutti i livelli. Ma al di là delle enigmatiche intenzioni dell'autore, mi sembra che il film contribuisca a testimoniare la grande rilevanza che le motivazioni personali assumono nel funzionamento delle organizzazioni, indipendentemente da ogni giudizio di valore.

Lo si voglia o no le persone esprimono nel lavoro un'idea di se stessi, gioiscono e soffrono, partecipano emotivamente alle vicende aziendali che le coinvolgono. Per loro è importante ciò che il capo dice e fa, è importante il rapporto che si stabilisce con lui. Esse tendono a riporre fiducia nelle parole che provengono da chi è investito di autorità formale. E i comportamenti delle persone nel lavoro non discendono soltanto da un'astratta considerazione delle convenienze sul piano economico e contrattuale, ma sono fortemente influenzati da fattori relazionali e da fattori emotivi. Tutto questo è addirittura rafforzato dal procedere della terziarizzazione dell'economia e dalla crescente professionalizzazione delle aziende. È chiaro anche che un po' tutti sul lavoro si recita, ci si riscopre attori, capaci di fingere e di simulare. Tutto questo non comporta necessariamente alienazione e falsità, è possibile ed onesto anche coltivare una dose ragionevole di ambiguità. Senza di questo non reggeremmo l'incertezza e diverremmo tutti macchine, o robot il cui comportamento risponde a equazioni predefinite.

Nell'inconsueto finale del film vediamo il rigido negoziatore islandese uscire all'improvviso da schemi comportamentali stereotipati per cogliere l'ossessione della sua controparte per il mitico drammaturgo Gambini e rovesciare così in un attimo l'esito della trattativa: soltanto grazie a un'inaspettata capacità di introspezione psicologica.

Per fortuna quindi il mondo è diverso da come gli economisti lo

descrivono e lascia spazio all'umano e al sociale, alla capacità degli interpreti di rendere ogni situazione di lavoro unica e irripetibile, senza che debba necessariamente assomigliare a un paradiso o a un inferno.

È utile quindi che le nuove frontiere della formazione per il *management* e per il mondo del lavoro ripercorrono le tracce del teatro e del cinema, che sviluppino la capacità di recitare.

Piuttosto che assoldare un attore per sopperire alla propria debolezza comportamentale, i leader del futuro potranno dare risonanza alle attese emotive dei propri partner nel lavoro, attivandosi con modalità più duttili e flessibili oltre che rispettose delle persone.

