

Il collettivo e l'individualità sul posto di lavoro.

Il caso di *Tutta la vita davanti*

Maria Doina Mareggini

Abstract. This contribution aims to investigate the encounter and clash between the private and working lives of female characters in the film *Tutta la vita davanti* (Virzì, 2008). In the first 2000s-decade, Italian cinema brings to the big screen social phenomena such as overqualification of young recent graduates, precariousness and unemployment. *Tutta la vita davanti*, inspired by a real-life story, tells about a company in which employment is divided according to gender categories: the work task creates social subgroups that endows with specific sense effects such as the abandonment of individuality in the name of a gender homogeneity spread among offices through controversially purifying rituals. Thus, not only can we discuss processes of team working construction and conflicts between gender-segregated groups, but also the duality rupture-maintenance of one's intra- and extra-work life.

1. Il mondo deve sapere

Il mondo deve sapere. Romanzo tragicomico di una telefonista precaria. Questo è il titolo di un libro autobiografico pubblicato nel gennaio del 2006 da Michela Murgia. Nel romanzo, l'autrice colleziona quanto aveva già raccontato sottoforma di *post* nel suo *blog* personale, ovvero del periodo in cui ha lavorato come telefonista nel *call center* di un'azienda multinazionale statunitense. Due anni dopo, nel 2008, esce *Tutta la vita davanti*, film diretto da Paolo Virzì, finzionale ma liberamente ispirato al lavoro di Murgia.

Tutta la vita davanti si inserisce in un contesto filmico che, all'inizio degli anni Duemila, porta sul grande schermo rappresentazioni del mondo universitario come parallelo al mondo del lavoro piuttosto che preparatore ad esso e tematiche legate ai problemi di genere. Ritroviamo queste stesse strutture narrative invariate anche in altri film che, rispettando tale coerenza, possiamo ritenere appartenenti allo stesso ecosistema. Per fare qualche esempio, ricordiamo: *Mi piace lavorare (Mobbing)* (Comencini, 2004); *Giorni e nuvole* (Soldini, 2006); *Riprendimi* (Negri, 2008); *Fuga dal call center* (Rizzo, 2009); *Generazione 1000 euro* (Vernier, 2009). In questi elaborati audiovisivi si inscenano in chiave tragicomica ragazzi e ragazze che si distinguono per la loro ricerca con ottimi risultati, giovani che vorrebbero continuare la carriera universitaria nei dipartimenti in cui hanno studiato ma che devono aspettare l'apertura di concorsi; perciò, si trovano costretti a cercare un lavoro che possa dar loro lo stretto necessario per sopravvivere nell'attesa. Si parla dunque del lavoro femminile sottopagato e spesso relegato a mansioni umili quali la segretaria o la telefonista, di neolaureati che si sacrificano per un lavoro determinato *part-time*, della disoccupazione, dell'impossibilità economica di avere dei figli e della ricerca del delicato equilibrio che concilia vita lavorativa e vita privata, talvolta anch'essa precaria e poco stabile. L'industria del cinema tratta di sguardi, in quanto tecnica e in quanto dispositivo non ha né genere né sesso; come scrive Demaria, cerca "una prospettiva in base alla quale definire un tipo di lettura di mondo" (Demaria, Tiralongo 2019, p. 14) e con trame finzionali costruite su storie realmente accadute porta sul grande schermo una porzione di realtà.

Fatte queste premesse cercherò di spiegare come in *Tutta la vita davanti* si interpretano le disuguaglianze di genere e si modellano le discriminazioni intra ed inter uffici, soffermandomi specificatamente sulla costruzione di effetti di senso altri dall'individuo stesso che vive una lotta interiore ogni qualvolta varca la soglia del luogo di lavoro, mettendo così in discussione la propria individualità per rispondere a logiche

sociali e di senso predefinite e predisposte dal collettivo lavorativo. Il crudele film di Virzì, con punti di vista quasi esclusivamente femminili, inscena le difficoltà di tante ragazze che, indipendentemente dalla loro istruzione, lavorano come telefoniste per una promettente azienda, la Multiple. Vittime del precariato e massificate da strategie aziendali che le omologano, le dipendenti lavorano *part-time* in una compagnia che invece di considerarle lavoratrici, le tratta come fossero le concorrenti di un *reality-show* televisivo in stile *Grande Fratello*. Il film corale *Tutta la vita davanti* parla allo spettatore tramite il personaggio di Marta, la protagonista, una ventiquattrenne neolaureata *cum laude* in filosofia teoretica che, dopo diversi rifiuti, accetta con poco entusiasmo un impiego *part-time* come telefonista presso la Multiple, una occupazione alla quale si rassegna per bisogno di denaro, disillusa dal trovare un lavoro all'altezza delle sue capacità. Ecco che Marta si ritrova così catapultata in un universo parallelo e autoreferenziale, che ha le proprie leggi estranee alla realtà esterna, considerata mera distrazione.

Una prima isotopia tematica che ben presto troviamo è il costante confronto del singolo con i successi dei colleghi e delle colleghe. L'intero testo audiovisivo è tenuto insieme dalla ricerca del medesimo obiettivo: la realizzazione personale proporzionalmente giustificata dalla posizione lavorativa occupata. Non solo quindi il singolo è in competizione con sé stesso, ma anche in relazione agli altri, andando così a dare vita ad una situazione tensiva che crea uno spazio conflittuale patemico di grande frustrazione e di continua invidia. Dal punto di vista della protagonista, Marta, è vanificante vedere colleghi universitari che, a differenza sua, non hanno concluso il percorso di studi ma, ironicamente, la sorpassano a livello lavorativo e occupano delle mansioni che a lei, invece, vengono negate.

2. Il lavoro di genere: *team-building* e decostruzione dell'individualità

L'azienda che assume la protagonista, la Multiple, è costituita di un ambiente lavorativo contemporaneo che assume principalmente giovani sfruttandoli, abusando dei loro diritti e distruggendo ogni loro sogno, portandoli verso un'agguerrita corsa al raggiungimento di obiettivi irrealistici che si traduce in competizione tra i colleghi, privando infine i dipendenti della loro umanità e uniformandoli tra di loro tramite canti e *slogan* motivazionali. Lo spazio del lavoro è suddiviso in due macro-uffici, due *open space* ben delimitati e circoscritti, volutamente dislocati tra di loro. Questi due spazi, intesi come veri e propri testi, creano effetti di senso eterogenei tra di loro, mentre al loro interno sono organizzati secondo logiche di genere fortemente stereotipate. Ne risentono dunque il senso di collettività, il singolo personaggio produttore di senso che è iscritto a quel determinato collettivo e l'illusorio sentimento di appartenenza ad uno spazio sociale i cui valori e i cui confini autodefiniscono chi ne è interno e discriminano chi ne è esterno, dando vita ad un simulacro di cultura. Ecco, dunque, che i lavoratori sono separati in e da due uffici, uno riservato ai dipendenti di sesso maschile e uno alle dipendenti di sesso femminile.

Oltre alla divisione spaziale, implicitamente voluta dall'azienda stessa per evitare qualunque tipo di interazione con il sesso opposto – che sarebbe dunque concausa di una distrazione che abbasserebbe la resa del singolo impiegato – anche la mansione svolta dai due sessi è differente: le donne sono telefoniste; gli uomini, venditori. Le ragazze passano le loro giornate lavorative al telefono, chiamando meccanicamente numeri di telefoni fissi sperando che qualcuno risponda per poter presentare un elettrodomestico (un depuratore dell'acqua), la cui dimostrazione verrà effettuata dai ragazzi presso il domicilio del potenziale cliente.

Le postazioni di lavoro delle ragazze sono tutte uguali, identiche tra di loro sia sul piano della forma che della funzione, omologate nella loro composizione figurativa e nella loro disposizione spaziale. Ogni scrivania si compone di computer, telefono fisso, cuffiette con microfono e specchio, e ha una copertura in plastica trasparente che da una parte ripara acusticamente le lavoratrici, dall'altra consente di guardare le scrivanie delle altre colleghe. L'organizzazione topologica delle scrivanie, poste in cerchio ed invariabilmente rivolte verso il centro dove lavora la caporeparto, ricorda il modello carcerario del Panopticon rispecchiandone logiche, caratteristiche ed isotopie. Tante sono le scrivanie quante le gabbie previste da Bentham, "piccoli teatri, in cui ogni attore è solo, perfettamente individualizzato e costantemente visibile" (Foucault 1975, pp. 218-220), un dispositivo che ribalta il concetto di reclusione nelle segrete e, per la prima, volta ripensa la visibilità come una trappola. Il gruppo delle lavoratrici che

si forma dà vita ad un collettivo all'interno del quale della libertà e della *privacy* rimane un'eco distorta. Ciascuna telefonista è relegata alla propria scrivania, rinchiusa nel suo spazio lavorativo ma allo stesso tempo inserita in un collettivo spaziale che illude la singola ragazza di far parte di un *team*, di un gruppo altro da sé stessa, che in realtà *ricolloc*a gli attori topologicamente e narrativamente. Come sostiene Foucault, il singolo che fa parte di questo sistema “è visto, ma non vede; oggetto di una informazione, ma mai soggetto di una comunicazione” (Foucault 1975, pp. 218-220). Il costante controllo, sia da parte della superiore che delle colleghe, induce “nel detenuto uno stato cosciente di visibilità che assicura il funzionamento automatico del potere” (Foucault 1975, pp. 218-220). Questo è l'effetto principale del Panopticon, un dispositivo di potere e di controllo, dove lo sguardo di tutti è su tutti e dove il fare di ognuno è sempre controllato dallo sguardo di qualcun altro, trasformando il luogo di lavoro in una prigione e, sempre per similitudine, la postazione di lavoro personale ed individuale in una cella inserita in un sistema di altrettante celle interconnesse tra di loro, supervisionate dalle colleghe-detenute. Tale dispositivo “automatizza e de-individualizza il potere” (Foucault 1975, pp. 218-220) e l'individuo che viene inserito in questo meccanismo diventa secondario, perché la macchina può funzionare indipendentemente dalle singole persone che ne prendono parte. Tale indifferenza nei confronti dei lavoratori e delle lavoratrici è una presente invariante anche in *Tutta la vita davanti*, film nel quale le telefoniste vengono assunte e licenziate molto facilmente.

Alla Multiple si vengono a creare relazioni che hanno, come fine, un apparente senso di *team-building* che sembra però *de-costruire* l'individualità dei dipendenti, in modo da poterla *ri-costruire* per mutarla, sul luogo di lavoro, in identità aziendale. Tutto ciò avviene con strategie e tecniche del tutto differenti tra donne e uomini – in questo contributo, come accennato in apertura, si preferisce soffermarsi sulle logiche che riguardano le donne per rispettare la coerenza tematica voluta *in primis* dal regista, che realizza un testo audiovisivo con un punto di vista volutamente femminile.

All'inizio di ogni turno le dipendenti recitano una canzone, ballando e cantando: è un brano che conoscono a memoria e altro non fa che elogiare in termini smisurati le singole lavoratrici. Viene ricordato loro che è una bellissima giornata, una splendida giornata e che loro sono altrettanto superlative. Devono oltretutto vestirsi bene ed “essere alla moda”. Anche se il loro lavoro non le vede mai a contatto diretto con i clienti, presentarsi “carine” è un obbligo perché, a detta della loro caporeparto “dall'altra parte se ne accorgono” se una telefonista indossa una tuta o è struccata, e l'intera conversazione ne risente. Ogni personaggio si trasforma, diventa attore di sé stesso e si cala nel programma narrativo previsto per lui dal senso collettivo lavorativo. Questo adattamento passionale e attanziale avviene tramite un rito passeggero, quasi purificatorio, che coincide con un balletto iniziale, la cui ultima utilità è la rinuncia alla propria individualità in nome della impersonificazione di un modello attanziale unico, omologato e condiviso da ogni telefonista, ma dettato dal *modus operandi* dell'azienda. Tramite il canto e il ballo, metafore di un rito transitorio dai tratti magici e purificatori, si fanno dimenticare alle giovani le distrazioni del mondo reale, così fisicamente e psicologicamente dislocato in un universo parallelo a quello del mondo del lavoro. Il canto ha le parvenze di una sigla iniziale di un programma televisivo che organizza la percezione di uno spettatore-modello, preparandolo a fruire di narrazioni e di passioni fugaci, finzionali ma comunque realmente vissute dai singoli organi di senso. Nel momento in cui le ragazze varcano la soglia della Multiple ed entrano in quegli spazi lavorativi, oltrepassano anche quel limite invisibile di condizioni valoriali necessarie per svolgere la specifica mansione di telefonista. Mutano le dimensioni cognitive, pragmatiche e passionali, si amalgamano le une alle altre; a ciascuna dipendente viene chiesto di svuotarsi della propria personalità, in maniera più o meno consapevole, e di rinunciare all'individualità per omologarsi alla “telefonista-tipo” già prescritta, immaginata e stereotipata dall'azienda. Alla crisi identitaria delle telefoniste si aggiunge il ruolo della caporeparto che controlla e manipola emotivamente le dipendenti, promettendo avanzamenti di carriera e scatti di stipendio praticamente impossibili per l'azienda stessa. La donna si pone come esempio, come modello da seguire, cerca di rafforzare l'identità di gruppo e ricorda quotidianamente alle dipendenti l'importanza della rinuncia identitaria in virtù dell'omologazione sul luogo di lavoro, strategia vincente non solo per portare a termine il proprio lavoro ma anche per far avanzare con sé l'azienda stessa, così che quest'ultima diventi *leader* del suo mercato. Il valore fondante che disfa l'individuo e forma il gruppo di lavoro sta nel fare in modo che ai potenziali clienti non parli

la ragazza che ha un nome e un cognome, né una personalità propria. La voce della telefonista deve essere unica ed univoca, ovvero quella dell'azienda, che disconosce qualunque eterogeneità e predispone un attante collettivo che viene attorializzato indistintamente dalle qualità di ciascun personaggio. Le strategie di *team-building* riservate all'ufficio femminile si rivelano fallimentari anche nel processo mensile di premiazione della miglior lavoratrice, pratica sociale che al contempo mette in ridicolo la peggiore salariata. Puntualmente le telefoniste vengono fatte accomodare nella sala conferenze e, davanti all'intero reparto, la responsabile espone obiettivi prefissati e raggiunti, numero di vendite e di appuntamenti, premia la miglior telefonista con una ricompensa materiale di poco valore (ad esempio gadget con il logo dell'azienda). L'intera scena è costruita sulle passioni della competizione, della frustrazione e della vergogna. Tanto si elogia pubblicamente le telefoniste più performanti, quanto si rimproverano quelle che hanno fissato meno appuntamenti. La sala, che fino ad un istante prima rimbombava di applausi e di risate, diventa improvvisamente il palcoscenico di una sfilata colma di mortificazione e di giudizio. Altrettanto pubblicamente le colleghe vengono strigliate, azionando meccanismi di invidia e avvilito tra le ragazze che invece di collaborare per l'aumento economico e di prestigio dell'azienda, cercano di sabotarsi a vicenda e vivono la giornata lavorativa in maniera ansiosa, quindi malata e competitiva. Lo stesso collettivo sociale che inizia il proprio turno cantando e ballando, termina il mese lavorativo con urla e pianti – facendo così vivere alle giovani passioni opposte sul piano valoriale – e segue le dinamiche di un nuovo rito sociale che funge da minaccia e trasforma lo spazio prima destinato a relazioni professionali in una convivenza tensiva, colorata di passioni negative, in un clima inutilmente concorrenziale, aggressivo e agguerrito.

La mancanza di rispetto per chi ha il rendimento più basso è una pratica similmente adottata dall'ufficio-vendite maschile, anche se attuata in maniera differente. Orgogliosi e spavaldi, tra gli uomini viene “premiato” il peggiore; siccome nessun lavoratore crede che potrà mai arrivare primo nella classifica del peggior venditore del mese, ognuno di loro è libero di scommettere sul proprio premio. Il patto tacito è che, nel malaugurato caso in cui si sia responsabili del minor numero di vendite, la penitenza che ci si è autoimposti venga realizzata. Il personaggio maschile che lo spettatore segue più da vicino, Lucio, arriverà a vivere uno sconforto tale per cui, in preda ad una profonda crisi identitaria e professionale, perderà la vita in un ultimo viaggio in macchina che compirà dopo aver deciso di scappare da questa situazione e di sottrarsi alle regole malate di questo gioco d'azzardo.

Che si tratti dunque di donne o di uomini, il film di Virzì evidenzia l'assenza di sentimenti di umanità, sostegno, vicinanza, empatia, solidarietà. Le passioni che governano l'azienda sono strumentali: una stima nata dal timore del dipendente nei confronti del suo superiore e l'invidia verso i propri colleghi davanti ai quali, di volta in volta, i più deboli sperimentano una vergogna sociale che dà tutt'altri risultati rispetto a quelli attesi. L'umiliazione pubblica e il riconoscimento dei migliori è una dinamica che, a seconda dei casi, valorizza o affossa telefoniste e venditori. Come il rito d'inizio turno delle telefoniste ricorda la sigla di inizio puntata, anche qui ci troviamo di fronte ad effetti di pratiche televisive che rimandano al funzionamento della trasmissione de *Grande Fratello* che fa da sfondo a tutto il film-programma che rientra nella cultura *pop* delle telefoniste, caporeparto compresa. Come spiega Nieddu,

l'umiliazione pubblica, che passa attraverso la pratica delle “nominations” televisive, si verifica durante le riunioni motivazionali, perché i lavoratori si trovano sul piatto di una bilancia, che scende o sale a seconda dei risultati raggiunti, e sono spinti alla competizione secondo il principio del “mors tua vita mea”, proprio come succede nell'ambito dell'indice di gradimento e delle esclusioni nella ben nota Casa televisiva (Nieddu 2010, p. 289).

3. Oggetti e tecnologie: la donna e la macchina

È interessante soffermarsi sull'utilizzo che viene fatto della tecnologia in *Tutta la vita davanti* a cui viene assegnato il duplice ruolo di separatore e conciliatore dell'alternanza vita-lavoro.

Il telefono cellulare è un dispositivo personale privato, impiegato dalle giovani ragazze per restare in contatto tra di loro e con i loro cari al di fuori del contesto lavorativo; in quest'ultimo, invece, è messo a disposizione un telefono fisso per persona, per un utilizzo esclusivamente professionale. Si può notare

come i canali comunicativi siano nel primo caso di *comunicazione* vera e propria, quindi bidirezionale, mentre nel secondo caso di *informazione*, quindi unilaterale, dall'azienda verso clienti esterni. Questa suddivisione, logicamente costruita, si perde nel momento in cui Marta, la protagonista, inizia a lavorare per la Multiple. Ecco che, da questo momento, la privazione dell'individualità inizia già di prima mattina, la decostruzione della personalità viene abilmente condizionata con un messaggio informativo sottoforma di buongiorno che la responsabile invia ogni giorno, con un canale comunicativo aperto univocamente ed unidirezionalmente, e che va a rompere il giusto equilibrio tra vita-privata e vita-lavorativa. I messaggi inviati dalla capa sono estremamente informali e motivazionali, quasi come se fossero stati scritti da una amica e non da un superiore, che quindi può permettersi di inviare messaggi a qualunque ora del giorno, anche fuori dal canonico orario lavorativo. Questa strategia, che sfonda le invisibili pareti che dividono tempo libero e tempo del lavoro, è attentamente impiegata e cerca di avvicinare il più possibile responsabile e dipendenti, dando l'illusione di mettere tutte le donne sullo stesso piano, quindi di responsabilizzarle equamente – ulteriore isotopia tematica che richiama gli effetti di auto-controllo e costante osservazione del Panopticon. Secondo Dusi, il principale valore che in termini narrativi viene messo in gioco dallo strumento elettronico del telefonino è prettamente “funzionale” (Dusi 2014, p. 37), ovvero funge da *Aiutante* del *Soggetto*. E come per Latour gli oggetti quotidiani, per estensione quindi anche quelli tecnologici, contribuiscono a formare le relazioni, allora si può “parlare degli oggetti come attanti che tendono a divenire attori discorsivi, incorporando specifici programmi narrativi” (Dusi 2014, p. 50). Come già ricordato in più occasioni, anche questa è una tecnica manipolatoria propria del *reality-show*. Il buongiorno millantatore, che ricrea isotopicamente le dinamiche rituali di inizio turno, funge da voce invisibile che guida l'esistenza delle telefoniste proprio come ne *Grande Fratello* (programma televisivo assiduamente fruito dalle colleghe telefoniste). Ai concorrenti si ricorda costantemente dove si trovano con un *leitmotiv* che dolcemente, ma ripetutamente, plasma i pensieri delle giovani ragazze per arrivare così a controllare il carattere di ciascuna e, in ultima istanza, ad omologarle ed amalgamarle a quel collettivo che ora non è più così ben delimitato tra le quattro mura dell'azienda.

Ulteriore oggetto tecnologico di fondamentale importanza per la protagonista Marta è il computer. Dal duplice impiego, lo strumento viene utilizzato sia nell'ambito privato che in quello professionale. Per quanto concerne la sfera personale, il computer le permette di mantenere una corrispondenza attiva con il suo fidanzato che si è spostato all'estero per proseguire gli studi e di redigere un saggio filosofico post-laurea che intende pubblicare da lì a breve. D'altro canto, il computer è un dispositivo essenziale per il corretto svolgimento della propria mansione lavorativa, in quanto dispone di programmi standard che permettono la lettura di un testo a schermo e di software che aiutano nella gestione di prenotazione di appuntamenti dimostrativi presso il domicilio dei potenziali clienti. Prima di concludere la telefonata, le giovani lavoratrici domandano al compratore di elencare nomi e recapiti di conoscenti possibilmente interessati all'acquisto del depuratore d'acqua; questa richiesta viene fatta cercando di impietosire chi riceve la chiamata, sottolineando che le ragazze non vengono retribuite per la telefonata in sé, ma per il numero di appuntamenti fissati. Per ovviare a questo momento dai tratti imbarazzante, e dal punto di vista dei consumatori decisamente invasivo, la protagonista elabora uno stratagemma innovativo per entrare il più possibile in confidenza con i clienti: sfruttare le prime mappe digitali disponibili online – utilizzo rivoluzionario dello strumento digitale che le permette di raggiungere il titolo di miglior performance mensile. Una volta scoperto dove abita l'acquirente, Marta inserisce l'indirizzo di quest'ultimo nelle mappe e naviga virtualmente il quartiere, fingendo di conoscerlo e di frequentare alcuni luoghi di ritrovo socialmente salienti. Ecco che, improvvisamente, le persone al telefono non sono più due sconosciute e l'offerta presentata non sembra più una truffa, pare piuttosto la vantaggiosa proposta di un'amica di cui fidarsi, una conoscenza comune che, in quanto tale, garantisce la qualità dell'oggetto venduto.

Ho precedentemente ricordato che, sulla scrivania di ciascuna telefonista, è predisposto anche uno specchio, un oggetto che, come sostiene Umberto Eco (2018), permette di introdurre temi quali la *rappresentazione* e l'*illusione dell'immagine*. L'immagine che vediamo quando ci guardiamo allo specchio non esiste, è un mero riflesso, e possiamo quindi percepirla come *irreale*. Nonostante ciò, questa viene comunque concepita come reale dal soggetto che vi si specchia, in quanto percepisce quell'immagine

come oggetto fisicamente consistente. L'osservatore vi si immedesima e si figura di essere l'uomo dentro lo specchio anche se un "dentro" allo specchio, fisicamente, non esiste. Sapientemente Eco sostiene che l'essere umano ripone fiducia negli specchi così come si fida dei propri organi percettivi ed è proprio in questa *credenza* che si trova il significato per cui, nel film *Tutta la vita davanti*, ogni telefonista ha in dotazione uno specchio sulla propria scrivania. Certamente viene chiesto loro, di tanto in tanto, di specchiarsi per ricordarsi di sorridere mentre si è al telefono, ma è altrettanto indubbio che lo specchio venga utilizzato per guardarsi e sistemarsi il trucco, rispettando le dinamiche di simulazione del *set* televisivo *Grande fratello*. Ma lo specchio, oggetto protesi che non può mentire, rappresenta la realtà in qualunque stato essa si trovi. Quindi, in quanto raffigurante un simulacro della realtà, lo specchio fa falsamente convincere le telefoniste che quella che vedono riflessa sia davvero la loro vita personale, la loro personalità, la loro individualità, dimenticandosi che si trovano invece in un universo parallelo, nel quale condotta e comportamento vengono strategicamente calibrati per rispondere ad esigenze lavorative. Ecco che un modo di vivere e di atteggiarsi, anche se finzionale, può comunque appartenere a ciascuna di loro e diventare così parte integrante delle loro vite per l'effetto di essersi viste riflesse in quel determinato stato psico-emotivo, ogni giorno, per diverse ore consecutive.

4. Programmi narrativi e costruzioni stereotipiche

Come lo schema narrativo canonico di Greimas prevede la presenza di un fattore scatenante che rompe l'equilibrio delle forze di una narrazione, allo stesso modo nel film *Tutta la vita davanti* il collettivo del reparto femminile della Multiple conosce stabilità e pace soltanto finché non fa il suo ingresso un nuovo personaggio, un secondo attante collettivo incarnato da un ragazzo, che porta una situazione di grande squilibrio. Il giovane, un sindacalista che impersona l'intero organo per cui lavora, è una di quelle tante temute distrazioni del mondo esterno che entrano nell'organismo parallelo delle mura aziendali. Come un vero e proprio virus, il sindacato fa ammalare l'ecosistema che la Multiple era riuscita a costruire e proteggere fino a quel momento. Lo scavalco di limiti e confini che erano stati sapientemente edificati mette in crisi il ruolo di quella comunità; la comunicazione e il contatto diretto con l'esterno fa sì che vengano smascherate le pratiche scorrette imposte dall'azienda sotto forma di codice etico e quello che alla nostra protagonista pareva essere un villaggio turistico viene ricodificato come "setta satanica" dal sindacalista. Per un breve momento, vediamo il giovane sindacalista diventare oggetto passionale della protagonista Marta, personaggio che sviluppa desideri sessuali verso più ragazzi, ed è proprio di queste tensioni emotive e sentimentali che voglio discutere ora.

Le costruzioni della sfera affettiva e relazionale presenti nel film di Virzi sono numerose ed interessanti, ma soprattutto strutture narrative stereotipiche che spesso ritornano all'interno di *Tutta la vita davanti*, e che quindi possiamo definire "invarianti". Primo fra tutti vi è la controversa situazione di una donna incinta e di un uomo che rifiuta di avere e riconoscere il figlio – è il caso del capo della Multiple e della responsabile delle telefoniste. Tra i due c'è stata infatti una relazione clandestina, cercata da lui in un momento difficile che ha coinciso con la separazione dalla moglie. Dalle parole della donna incinta si intuisce che il rapporto che hanno avuto è stata una garanzia, uno scambio di favori tra lei e Claudio, il capo della Multiple, che dopo l'attimo di intimità l'ha promossa a caporeparto. La relazione telefonista-venditore che esiste tra Marta e Lucio è puramente lavorativa, ma lui non riesce a spiegarsi come questo loro rapporto non abbia un continuo nella vita reale. Il corteggiamento di lui è una questione di principio. Le dinamiche lavorative influenzano il suo carattere e i suoi comportamenti anche nella vita privata, e il voler eccellere assieme all'incapacità di accettare un rifiuto sono conseguenze lampanti dello stress accumulato sul luogo di lavoro. Tant'è che lui la ferma assiduamente e allude ad inviti sessuali, finché Marta accetta. Li ritroviamo in un parcheggio a concludere l'atto, ma in questo caso è Marta ad aver sfruttato la disponibilità di Lucio, che ancora una volta si sente *secondario* a qualcun altro. Infatti, a manipolare – termine inteso nell'accezione greimasiana – la relazione affettiva ed erotica tra i due è la protagonista, che dimostra competenze emozionali più "avanzate" rispetto al maschio e, in termini attanziali, è responsabile del far-fare di un secondo personaggio.

Nella filmografia italiana è narrativamente raro trovare una relazione affettiva dove è il potere decisionale e sessuale pende verso il polo del sesso femminile. In un certo senso possiamo intendere il gesto di Marta appena descritto come una sorta di *rivendicazione* della donna, una situazione di riscatto femminile contro le insistenti richieste dell'uomo. Credo sia interessante avanzare un breve confronto diacronico con il lungometraggio neorealista *Roma ore 11* (De Santis, 1952) per cercare di mettere ancora più in risalto la forza valoriale e tematica che Marta incarna nel decidere di approfittarsi delle debolezze del suo collega. Il paragone è da intendersi tra due testi audiovisivi che portano sul grande schermo racconti *corali* di denuncia di una situazione sociale sfavorevole alla lavoratrice. Spesso alle donne viene riservato il lavoro stereotipato di segretaria, invariante narrativa che ritroviamo da *Roma ore 11* (De Santis, 1952) – dove l'offerta di lavoro da dattilografa è rivolta solamente a giovani donne – a *Tutta la vita davanti* – dove, per opposizione, non è prevista alcuna assunzione maschile per la posizione di telefonista. Le accortezze che vediamo esplicitate dalle candidate di *Roma ore 11* (De Santis, 1952) che si presentano a sostenere il colloquio di lavoro non sono molto diverse da quelle di Marta in *Tutta la vita davanti*. Nel film di De Santis si nota una ragazza che si toglie il rossetto e una che nasconde la fede, gesti che fanno intendere allo spettatore che le giovani vogliono presentarsi come disponibili, non impegnate né sposate, curate ma non volgari. Allo stesso modo, nel film *Tutta la vita davanti* la protagonista è modestamente vestita, non troppo truccata e non fa cenno alla sua privata situazione sentimentale. I temi della violenza verbale e fisica e dell'abuso di potere sono onnipresenti in *Roma ore 11* (De Santis, 1952) così come in *Tutta la vita davanti*. Come le aspiranti dattilografe a inizio anni Cinquanta manipolano il loro aspetto fisico e la loro presenza per entrare in quello sguardo stereotipato dello spettatore, che le vuole e le cerca in un determinato modo, ugualmente nel film del 2008 si nota come alla scala gerarchica lavorativa corrisponda una cascata di *manipolazioni* dove il più "forte", o chi si considera tale, cerca di prevalere sul suo sottoposto. Ecco, quindi, che l'azienda manipola il direttore, il quale a sua volta manipola la capa delle telefoniste, che da una parte subisce le attenzioni dell'uomo illudendosi di poter costruire una famiglia con lui mentre, dall'altra, riversa sulle ragazze lo stesso trattamento scorretto, promettendo loro uno scatto di carriera. Anche la protagonista manipola sia il rapporto che ha con Lucio, il suo collega venditore, che con l'azienda stessa: è infatti Marta il personaggio che fa trapelare al sindacato le ingiustizie del suo luogo di lavoro e mette in pericolo la credibilità della Multiple.

5. Conclusioni

Demaria sostiene che il cinema debba essere interpretato come "contenente un significato latente e in parte nascosto, che riflette i problemi più profondi della società e della cultura da cui esso emerge" (Demaria, Tiralongo 2019, pp. 237-243). È proprio questa la prospettiva adottata in questo contributo, che intende e concepisce il cinema come una questione di sguardi e di punti di vista. In un certo senso si può affermare che il film riproduce la realtà a lui contemporanea e, in quanto tale, ammette un'interpretazione inconscia degli spettatori. Mi permetto di definire l'interpretazione *inconscia* perché il film riflette la realtà che sta rappresentando, rendendola quindi estremamente riconoscibile all'utente finale che percepisce il lungometraggio come amplificazione di fatti a lui sincroni, che quindi conosce direttamente. Da una parte c'è un rapporto tra narrazione e spettatore che fa sì che lo spettatore si identifichi con l'oggetto sullo schermo "attraverso un processo di riconoscimento" (Demaria, Tiralongo 2019, pp. 237-243). Allo stesso tempo però, i meccanismi che permettono che vi sia un riconoscimento identitario sono gli stessi che ammettono processi di separazione tra soggetto e oggetto: la narrazione del lavoro di Virzì verte intorno la suddivisione del lavoro stereotipizzato in base al genere, seguendo perciò logiche della realtà professionale di riferimento che può essere condivisa ed empatizzata dallo spettatore finale.

Tra i nuclei narrativo-tematici che *Tutta la vita davanti* ha permesso di introdurre vi sono: i fenomeni della *over-qualification* e del precariato; la presenza sindacale di inizio secolo, il lavoro moderno della vendita a domicilio di apparecchiature previo appuntamento telefonico; un nuovo modo di concepire la dimensione identitaria sul luogo del lavoro; gli sbilanciamenti di potere e grandi differenze in materia di genere; l'apparente costruzione di un lavoro di squadra con delle strategie di *team-building*; l'impiego di



strumenti tecnologici per svolgere il proprio mestiere. Di queste questioni ho tentato di mettere in evidenza valorizzazioni e narrazioni, piani narrativi dei personaggi e le loro trasformazioni passionali concepibili in termini di tematizzazioni, isotopie dominanti, strutture narrative invariante, senza tralasciare la costruzione attiva di spazio, tempo, personaggi e collettivi. *Tutta la vita davanti* esaspera l'insoddisfazione, la differenza di genere all'interno del luogo del lavoro e il precariato, e ironizza sulle strategie di *team-building* imposte dai capireparto ai dipendenti che creano un clima di egoismo, astio e invidia tra i lavoratori. Inoltre, Virzì mette in discussione la convivenza all'interno di un collettivo pronto a disfarsi di chiunque non interiorizzi le sue pratiche, che si compongono di regole che si scontrano con il buon senso e l'educazione del singolo. Le lavoratrici e i lavoratori dell'azienda Multiple ridefiniscono continuamente i criteri della loro identità, faticano a dare un nuovo senso all'individualità – che diventa sociale all'interno della rete lavorativa – e installano non soltanto modi alternativi di autodifesa e sopravvivenza della personalità all'interno dell'ecosistema lavorativo, ma anche mondi paralleli contingenti i cui limiti e le cui soglie diventano sempre più labili. Il singolo personaggio è alla continua ricerca di una sua autodefinizione ora come individuo, ora come facente parte di un collettivo di cui deve condividere regole e comportamenti.

Senza entrare in questioni di stampo etico, considero il film *Tutta la vita davanti* e l'opera autobiografica di Murgia premonitori, perché hanno toccato temi sensibili e ancora oggi molto caldi, purtroppo amplificati dalla nuova modalità di lavoro in *smart-working*. Parlo della messa in crisi dell'equilibrio tra sfera privata e professionale così come della difficile alternanza vita-lavoro, dell'utilizzo di dispositivi elettronici privati impiegati per lo svolgimento di mansioni aziendali, e del difficile incontro tra caratteri peculiari individuali di ciascuno e *soft skills* ricercate non più nelle conoscenze o competenze del possibile candidato, quanto nei lineamenti della sua personalità.



Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

Demaria, C., Tiralongo, A., 2019, *Teorie di genere. Femminismi e semiotica*, Milano, Bompiani.

Dusi, N., 2014, *Dal cinema ai media digitali. Logiche del sensibile tra corpi, oggetti, passioni*, Milano-Udine, Mimesis Edizioni.

Dusi, N., a cura di, 2019, *Confini di genere. Sociosemiotica delle serie tv*, Perugia, Morlacchi editore.

Eco, U., 2018, *Sugli specchi e altri saggi. Il segno, la rappresentazione, l'illusione, l'immagine*, Milano, La nave di Teseo.

Foucault, M., 1975, *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Paris, Editions Gallimard; trad. it. *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*, Torino, Einaudi 1976.

Nieddu, L., 2010, "Il mondo deve sapere che ci resta Tutta la vita davanti. La caverna del call center raccontata dall'interno", in *Narrativa*, vol. 31/32, pp. 281-292.

Filmografia

Fuga dal call center, di Federico Rizzo, Italia 2008.

Generazione 1000 euro, di Massimo Venier, Italia 2009.

Giorni e nuvole, di Silvio Soldini, Italia 2007.

Mi piace lavorare (Mobbing), di Francesca Comencini, Italia 2004.

Riprendimi, di Anna Negri, Italia 2008.

Roma ore 11, di Giuseppe De Santis, Italia 1952.

Tutta la vita davanti, di Paolo Virzì, Italia 2008.