DOPPIOZERO

Tra le pieghe di Mad Men

Cecilia Penati

26 Giugno 2014

Don Draper è un uomo di successo. Ha un lavoro prestigioso (è una sorta di guru creativo in un'importante agenzia pubblicitaria sulla Madison Avenue), ha completi eleganti e donne all'altezza del suo fascino carismatico, non solo bellissime ma anche complicate e spesso molto irrisolte. Ha un passato oscuro e tragico, è tormentato da molti demoni, sempre in bilico tra vocazione alla grandezza e pulsioni autodistruttive.

Don Draper è il protagonista indiscusso di *Mad Men*, la pluripremiata serie firmata dallo showrunner Matthew Weiner per il canale via cavo americano AMC. Difficile parlarne senza fare spoiler, perché negli USA la serie è arrivata nelle scorse settimane alla metà della sua settima stagione (la trasmissione riprenderà per gli episodi conclusivi nell'autunno 2014), ma la distribuzione italiana è ferma alla quinta, trasmessa da Rai4.



Mentre racconta la nascita della pubblicità moderna e insieme la vita di Don, fatta di effimeri momenti di esaltazione intervallati da derive inarrestabili, costellata da molto alcool e altri eccessi (di sesso e lavoro soprattutto), la serie tratteggia un ritratto cristallino della New York degli anni sessanta, sfiorando attraverso le storie private dei protagonisti gli eventi e i grandi cambiamenti sociali che hanno investito gli Stati Uniti in quel periodo: la questione razziale, la cultura hippie, la guerra del Vietnam, lo stupore collettivo di fronte all'allunaggio.

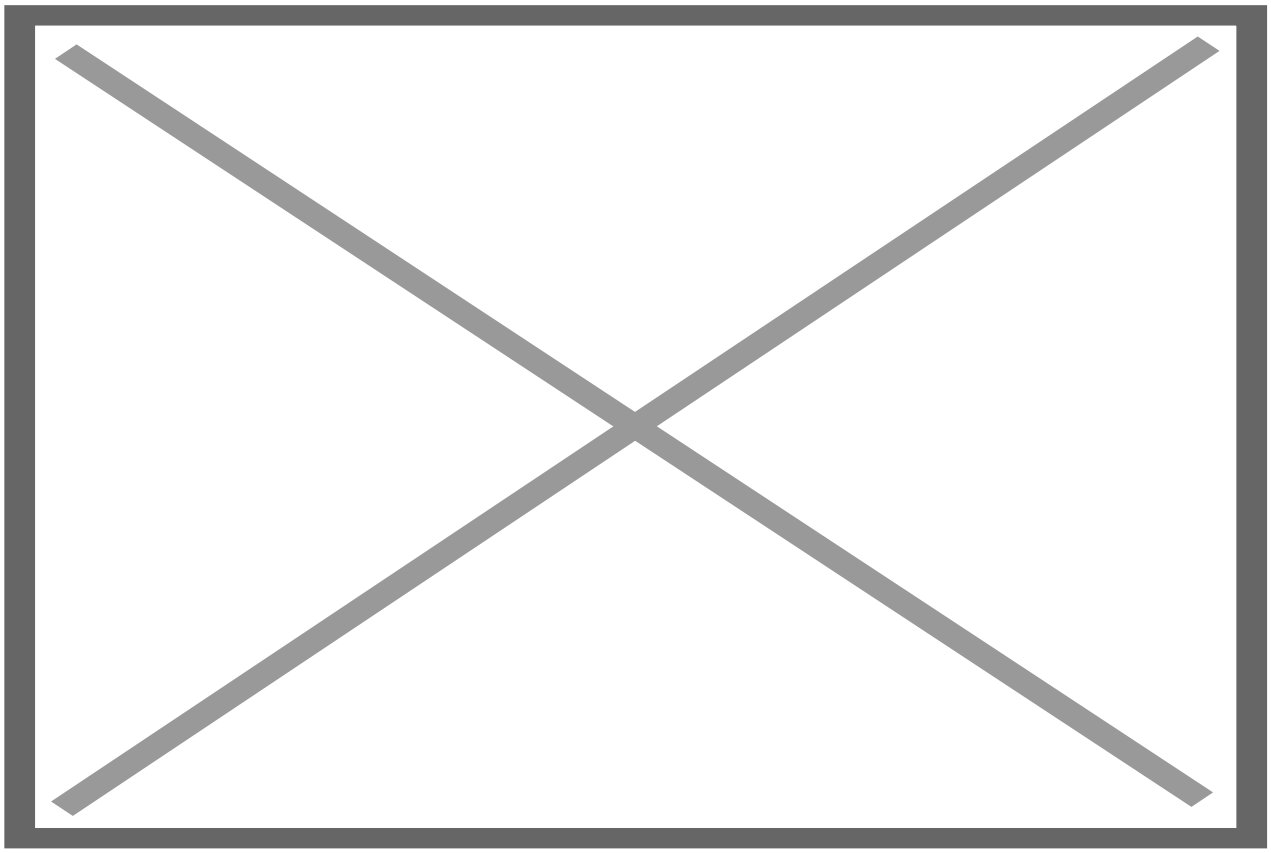
La serie restituisce una fotografia in alta definizione di un'epoca, di un luogo e di una classe sociale, quella degli *executive* di Manhattan (i dirigenti da tre Martini a

pranzo), delle loro famiglie, persino delle loro segretarie, bianche e di colore: è una fotografia che ritrae un mondo narrativo pieno di “cose”, di oggetti e dettagli in ambienti ricostruiti con fedeltà maniacale alla storia del periodo, grazie al lavoro fatto da Weiner insieme al *production designer*, agli addetti ai costumi, al *music supervisor* della serie. Dall’oggettistica delle case alla cancelleria da ufficio, dalle automobili agli elettrodomestici: tutto contribuisce a dare definizione al clima dell’epoca, ogni oggetto presente in scena è frutto di un accorto lavoro di scavo e recupero.

Lungo il corso delle sette stagioni, da questo fondale così colmo e finemente delineato si staglia un oggetto tanto ricorrente da diventare una figura narrativa: il televisore, lanciato sul mercato americano alla fine degli anni quaranta e diffusosi rapidamente nelle case. *Mad Men* è una serie autoriflessiva: parla di pubblicità ma parla anche di televisione, uno strumento che, prima snobbato, diventa via via sempre più centrale nelle strategie pubblicitarie dell’agenzia di Don.

Gli esempi sono moltissimi e la cosa interessante è che nelle pieghe del suo racconto la tv non è solo un mezzo di comunicazione ma anche un oggetto di design. Nei salotti delle case in cui vivono i pubblicitari come Don e i suoi colleghi, il televisore è uno status symbol. Quello posizionato all’interno dell’elegante e sofisticato appartamento a Manhattan in cui proprio Don si trasferisce con Megan, la seconda signora Draper, è tutt’uno con la struttura di legno che compone l’ampio salotto ed è stato scovato dalla produzione nel negozio Harry Poster, un rivenditore di televisori *vintage* nel New Jersey.

Con la nuova casa, il cui set è stato realizzato ispirandosi al lavoro della decoratrice d’interni degli anni sessanta Betty Pepis, Don si vuole simbolicamente lasciare alle spalle non solo il precedente matrimonio, con l’anaffettiva moglie “di rappresentanza” Betty, ma anche uno stile di vita, così simile a quello di Frank e April in *Revolutionary Road*, che lo stava annoiando e soffocando. Il nuovo arredo dice addio all’“alcova della televisione” (come la definisce proprio Yates in *Revolutionary Road*), confortevole e attorniata dai figli piccoli della coppia.



La nuova casa, con il suo prestigioso televisore ultimo modello, è il simbolo di un *fresh start*, un nuovo inizio insieme a una moglie che è ancora una volta un trofeo, ma allo stesso tempo è giovane, ambiziosa, meno conformista nel modo di intendere la famiglia e il suo ruolo di donna e moglie. Proprio in quel salotto si consuma uno dei momenti più simbolici della loro relazione, quello in cui Megan interpreta per Don, di fronte a tutto il suo “mondo” lavorativo, la sensuale *Zou Bisou Bisou*.

In *Mad Men* il televisore è un segno di prestigio e distinzione, un simbolo di appartenenza di classe, tanto che l’artista tossicodipendente Midge, con cui Don intrattiene una relazione sessuale nel corso della prima stagione, in un episodio butta il suo dalla finestra, per dimostrare di essere una donna capace di vivere secondo le sue regole. Quando anche il matrimonio con Megan inizia a mostrare crepe, forse irreparabili, e lei si trasferisce a Los Angeles per sfondare come attrice nel mercato delle soap opera (di nuovo, la tv!), Don le fa recapitare un enorme televisore nella casa in cui vive sempre attorniata da amici e feste improvvisate: ma i pensieri dei due sono ormai molto lontani, del televisore Megan non sa cosa farsene.

In *Mad Men* il piccolo schermo è la nuova, elettronica “picture window”, la finestra panoramica sul giardino delle case eleganti nei sobborghi fuori Manhattan, uno strumento magico che “porta tutto il mondo in casa”, ma anche capace di interrompere la quotidianità lasciando entrare immagini traumatizzanti e violente.

Memorabili due episodi, che sono anche due piccoli manuali sull’uso delle immagini di repertorio nella serialità tv: il primo è *The Grown-Ups*, nella terza stagione, in cui l’omicidio di John Fitzgerald Kennedy interrompe le nozze della figlia di Roger Sterling (uno dei soci dell’agenzia pubblicitaria) e subito ogni schermo televisivo, nelle case, nei locali pubblici diventa lo strumento per portare il racconto della “storia grande” dentro i drammi privati dei personaggi, il divorzio di Don e la moglie Betty, la relazione di sesso occasionale di Peggy Olsen, i progetti dell’ambizioso Pete Campbell.

La tv è uno strumento che affascina ma fa anche paura: porta nei salotti l’allunaggio ma anche i disordini scoppiati dopo l’omicidio di Martin Luther King, nell’episodio *The Flood*. Betty Draper la tiene accesa ma allontana i bambini perché “non si sa che immagini potrebbe trasmettere”.

Tra timore e seduzione, la tv è protagonista di *Mad Men* quanto la pubblicità, in modo meno evidente ma altrettanto sottile e raffinato.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO


MAD MEN