

## **Mad Men, spazio, tempo lineare, espansioni transmediali**

Maria Grazia Falà

**Abstract** • *Mad Men*, con il suo stile cinematografico tipico della Hollywood «classica», presenta un tempo «lineare», che potrebbe essere considerato un «personaggio», così come lo spazio. Analogamente, nella serie la storia diventa Storia, poiché le vicende dei protagonisti si intersecano con quelle degli anni '60, periodo in cui essa è ambientata. Molti hanno poi parlato di *cinematic style* riferendosi alla modalità con cui *Mad Men* è stato girato. Poi, per quanto riguarda le sue espansioni transmediali, sono state esaminate solo le attività ufficiali della AMC, perché altrimenti ci si sarebbe persi nell'attività *grassroots*, difficile da individuare in un tempo che, per l'*online*, è molto distante (il 2015, anno in cui termina la serie). Anche l'attività ufficiale della AMC appare obsoleta per quanto riguarda il sito, mentre è più aggiornata quella, sempre della AMC, presente su altri canali *online*. Infine, è scomparsa ogni attività dei fan su [www.amc.com](http://www.amc.com), mentre permane, seppure da una prospettiva *top-down*, sugli altri social.

**Parole chiave** • *Mad Men*, Matthew Weiner, Don Draper, tempo lineare, *transmedia storytelling*, AMC

**Abstract** • *Mad Men*, with its cinematic style, typical of «classic» Hollywood, presents «linear» time in a way that could be considered a «character», like space. Analogically, in the series, the story becomes History, because the protagonist's sequence of events connect with those of the 60's, the period in which the series is set. Many have talked about the *cinematic style*, referring to the way in which *Mad Men* was filmed. Then, with reference to its transmedial expansion, only the official activities of the AMC have been examined, because otherwise they would have been lost in the *grassroots* activities, which is difficult to distinguish in a time that, for online activities, is very distant (2015, the year in which the series concludes). Even the official activity of the AMC appears obsolete with regard to the site, whilst the latest updated activity, still that of the AMC, is present on other online channels. Finally, all activity of the fans has disappeared on [www.amc.com](http://www.amc.com), while it remains, even though from a top-down perspective, on other social media.

**Keywords** • *Mad Men*, Matthew Weiner, Don Draper, linear time, *transmedia storytelling*, AMC.

# *Mad Men*, spazio, tempo lineare, espansioni transmediali

Maria Grazia Falà

## I. Introduzione

*Mad Men* ha accolto un plauso pressoché unanime e per la sua polisemia potrebbe essere analizzato sotto moltissimi aspetti. Da un punto di vista filmico e narratologico, si potrebbe dire che, accanto al suo stile cinematografico tipico della Hollywood «classica», il modo con cui il tempo fluisce nella narrazione è un tempo «lineare», da considerare come un «personaggio», allo stesso modo dello spazio, trattato anche da Diane Harris<sup>1</sup> come tale. Contemporaneamente, nella serie la storia diventa Storia, dal momento che le vicende dei protagonisti si intersecano con i maggiori eventi degli anni '60 (periodo in cui lo show è ambientato).

Infine, se conta la forma «testo» di *Mad Men*, cioè il suo essere un prodotto audiovisivo che fluisce per sette stagioni, le sue espansioni transmediali sono altrettanto importanti. Nel saggio si è deciso di esaminare solo le attività ufficiali della AMC (sito web, *account* Twitter, ecc.), perché altrimenti ci si sarebbe persi nell'attività *grassroots*, difficile tra l'altro da individuare in un tempo che, per l'*online* (il 2015, anno in cui finisce la serie), è molto lontano. Anche l'attività ufficiale della AMC appare obsoleta per quanto riguarda il sito, mentre appaiono più aggiornate le altre attività della rete su altri canali *online*. In ogni caso, ciò che è emerso dall'analisi è una completa cancellazione di ogni attività dei fan su [www.amc.com](http://www.amc.com), mentre permane, anche se ovviamente da una prospettiva *top-down*, su YouTube e su altri canali *online*, seppure con i dovuti *distinguo*.

## 2. *Mad Men* e lo stile cinematografico «classico»

Sulla serie *Mad Men*, andata in onda per la TV *basic cable* AMC dal 2007 al 2015 e poi trasmessa anche in Italia, si è scritto moltissimo. Tuttavia, le vicende dei creativi di Madison Avenue, che si svolgono dal marzo del 1960 al novembre del 1970, hanno catturato gradualmente l'attenzione del pubblico. *Mad Men* non è stato un successo sia di pubblico che di critica: infatti, pur avendo ricevuto un numero impressionante di premi,<sup>2</sup> al massimo, nella quinta e nella sesta stagione, esso ha registrato solo circa due milioni e mezzo di spettatori.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Diane Harris, Mad Space, in *MADMEN, MADWORLD. Sex, Politics, Style & the 1960s*, ed. by Lauren M. E. Goodlad, Lilya Kaganovsky e Robert A. Rushing, Durham and London, Duke University Press, 2013, pp. 53-72.

<sup>2</sup> Per ulteriori particolari si veda Gary R. Edgerton, A Mad Men Potpourri, «CST Online», 17 marzo 2016, web, ultimo accesso: 19 giugno 2021, <<https://cstonline.net/a-mad-men-potpourri-by-gary-edgerton/>>, e Gary R. Edgerton, *Mad Men's Legacy in the Quality Television Tradition*, in *The Legacy of MAD MEN. Cultural History, Intermediality and American Television*, ed. by Karen McNally et al., London, Palgrave Macmillan, 2019, pp. 13-27.

<sup>3</sup> Si veda <[https://en.wikipedia.org/wiki/Mad\\_Men](https://en.wikipedia.org/wiki/Mad_Men)>, ultimo accesso: 2 aprile 2021.

La serie si incentra su alcune figure chiave: c'è Don Draper (Jon Hamm), il personaggio principale, il genio dell'agenzia pubblicitaria per cui lavora, la Sterling Cooper,<sup>4</sup> dilaniato tra un passato oscuro (ha assunto l'identità di un altro durante la guerra in Corea) e una vita fatta di continue infedeltà extraconiugali. Betty Draper (January Jones), poi dalla quarta stagione Betty Francis, è la moglie di Don, casalinga frustrata, mentre Peggy Olson (Elisabeth Moss), è la segretaria che diventerà una *copywriter* affermata e che darà in adozione il suo bambino, nato da una relazione adulterina. Invece Roger Sterling (John Slattery), anche lui donnaiolo impenitente, è il partner molto WASP dell'agenzia, che avrà una lunga tresca con Joan Holloway (Christina Hendricks), da cui avrà anche un figlio. La donna è a capo del gruppo di segretarie dell'ufficio e diventerà partner dell'azienda solo dopo essersi prostituita con un cliente.<sup>5</sup> Infine, Pete Campbell (Vincent Kartheiser), un giovane e ambizioso *account executive*, sempre in competizione con Don, e Bert Cooper (Robert Morse), *senior partner* alla Sterling Cooper. Pete è anche il padre del bambino di Peggy, che gli svelerà la notizia alla fine della seconda stagione, ma nessuno dei due farà niente per ritrovarlo.

La trama della storia funziona come una *multiplot narrative*, con tante linee orizzontali, senza una linea verticale tra un episodio e l'altro, nel senso che nessuna puntata è autoconclusiva, ma che ciascuna finisce con un *cliffhanger* non molto forte, in questo caso a differenza delle *soap opera*, dove esso è di regola. Al di là di questo aspetto, *Mad Men* si può definire, come ha fatto per esempio Andrea Bellavita,<sup>6</sup> come una *soap* di livello alto, una *superssoap*, proprio per quanto riguarda la sua struttura. Inoltre, a livello di azione, essa procede più per *showing* che per *telling*, dato che manca l'azione come la si potrebbe definire in una commedia o in una tragedia, cioè con eventi ed esistenti che «vanno avanti»: qui infatti tutto si basa sui rapporti tra i personaggi.

A livello di montaggio e di inquadrature, la serie non si discosta molto dal *découpage* classico hollywoodiano, tanto che, notano Castelli e Villa, essa ha avuto «cura nell'evitare certe tecniche di ripresa troppo moderne e incoerenti con l'epoca narrata (in *Mad Men* non esiste l'uso di *steadycam*, per esempio, mentre si usa spesso il *dolly*, che al cinema esisteva già in quegli anni)».<sup>7</sup> Già Butler, nel 2011, riporta, riprese da un'intervista, le affermazioni di Christopher Manley, direttore della fotografia della serie dal 2008, il quale afferma che le scelte produttive della serie sono state allineate agli standard produttivi degli anni '60, e

<sup>4</sup> Nel corso delle stagioni l'agenzia subirà numerosi cambi societari fino ad essere inglobata, nella settima stagione, nella McCann Erickson.

<sup>5</sup> 5X11 (*The Other Woman*, titolo italiano *L'altra donna*).

<sup>6</sup> Comunicazione personale. Anche M. Keith Booker e Bob Batchelor (M. Keith Booker e Bob Batchelor, *Mad Men. A Cultural History*, New York and London, Rowman & Littlefield, 2016) affermano che in qualche caso *Mad Men* scivola nella soap (v. infra). Per il massmediologo Michael Newman, poi, proprio le convenzioni narrative da soap opera costituiscono l'appeal della serie (Michael Z. Newman, *Turning Creative Success into Business is Your Work!*, «Zigzigger», 26 luglio 2010, web, ultimo accesso: 1 maggio 2021, <[http://zigzigger.blogspot.com/2010/07/turning-creative-success-into-business\\_26.html](http://zigzigger.blogspot.com/2010/07/turning-creative-success-into-business_26.html)>. Al contrario, Emanuela Piga Bruni (*Romanzo e serie TV. Critica sintomatica dei finali*, Pisa, Pacini, 2018, p. 81) osserva che, per la letteratura critica sulla serialità televisiva, nel tempo le caratteristiche associate alle soap e alle telenovelas si sono trasformate nel loro opposto, e cioè in introspezione psicologica e in realismo: questo per lei appunto è il caso di *Mad Men*, sempre da lei paragonato al romanzo realista dell'Ottocento.

<sup>7</sup> Diego Castelli e Marco Villa, *SERIAL MOMENTS. I 20 anni che hanno cambiato la tv*, Novara, UTET, 2021, p. 72.

che il programma evita l'uso della *steadycam* in quanto «fa» troppo anni '70.<sup>8</sup> Un raro uso della *steadycam*, che lo stesso Matthew Weiner sottolinea nel commento inserito nel DVD,<sup>9</sup> si ha però in *7X3*,<sup>10</sup> nel momento in cui Don, che alla fine della sesta stagione era stato invitato dai soci a «prendersi una pausa», ritorna in ufficio.

Anche Phil Abraham, regista di alcuni episodi nonché direttore della fotografia di cinque dei primi sei episodi di *Mad Men*,<sup>11</sup> afferma che la *steadycam* non è stata utilizzata perché non esisteva nel 1960, o perché, usando quel dispositivo, si sarebbe creato uno stile che esulava da quello che avrebbe potuto essere possibile allora. Invece, si è fatto un ampio uso del *dolly*. Nei film dei primi anni '60, c'erano molte carrellate a seguire di fronte ai personaggi: queste, in *Mad Men*, sono state realizzate con il *dolly*, laddove la maggior parte delle produzioni ordinariamente avrebbe usato la *steadycam*. E grande cura e spese sono state impiegate nel rendere i pavimenti del set dell'ufficio il più possibile «*dolly friendly*».<sup>12</sup>

Sempre Butler, che scrive nel 2011, quando erano state rilasciate solo le prime quattro stagioni, parla anche di stile della macchina da presa, dicendo che le scene di *Mad Men* sono state girate con un taglio cinematografico e non televisivo<sup>13</sup> e che la serie si avvicina molto alle tecniche di ripresa degli anni '60, eccetto il caso in cui, in essa, lo schermo non è panoramico, come è invece in nove su dieci dei film più importanti usciti negli States nel 1960, e tranne nella lunghezza media delle inquadrature, che nella prima stagione è più breve rispetto a quelle usate nello stesso periodo nei film o nei programmi televisivi americani. Nonostante queste eccezioni, si potrebbe aggiungere, si tratta di un'enorme «classicità», evidenziata, come afferma Butler, appunto anche da Christopher Manley che, come già detto, ripetutamente sottolinea le scelte produttive della serie come in linea con le tecniche che si usavano negli anni '60.<sup>14</sup>

Arrivando a giorni più recenti, anche Debarchana Baruah afferma sostanzialmente le stesse cose, sostenendo che *Mad Men* si appropria di convenzioni cinematografiche classiche, avvicinandosi a registi quali Orson Welles, Alfred Hitchcock e John Ford.<sup>15</sup> L'identità

<sup>8</sup> Jeremy G. Butler, “*Smoke Gets in Your Eyes*”: *Historicizing Visual Style in Mad Men*, in *MAD MEN. Dream Come True TV*, ed. by Gary R. Edgerton, London and New York, I. B. Tauris, 2011, pp. 55-71.

<sup>9</sup> Matthew Weiner, *Mad Men: Season Seven. DVD. Part 3*, Santa Monica, CA: Lionsgate, 2015 (commento audio).

<sup>10</sup> *Field Trip*, titolo italiano *Gita scolastica*.

<sup>11</sup> Lauren M. E. Goodlad e Jeremy Varon, *A Conversation with Phil Abraham, Director and Cinematographer*, in Lauren M. E. Goodlad, Lilya Kaganovsky e Robert A. Rushing, *op. cit.*, pp. 361-379.

<sup>12</sup> Ivi, p. 367.

<sup>13</sup> Phil Abraham, l'originario direttore della fotografia (v. *supra*), è ancora più diretto, in quanto dice che «*Mad Men* ha uno stile visivo classico, in certo qual modo manierato, che è influenzato più dal cinema che dalla TV» (Butler, “*Smoke Gets in Your Eyes*”, p. 64, che desume l'informazione da Rob Feld, Jean Oppenheimer e Ian Stasukevich, *Cinematographers from Three Top Series (Mad Men, Desperate Housewives and Bones) Reveal Their Secrets*, «American Cinematographer», March 2008, <[http://www.theasc.com/magazine\\_dynamic/March2008/Television/page1.php](http://www.theasc.com/magazine_dynamic/March2008/Television/page1.php)>, accesso non disponibile al 18 agosto 2021). Sono mie tutte le traduzioni di testi inglesi non tradotti in italiano.

<sup>14</sup> Tuttavia, Butler, a differenza di quanto da me sostenuto, dice che, più che nelle tecniche di ripresa, «la specificità storica [di *Mad Men*] è più fortemente ri-presentata nella sua messa in scena, che entra in sintonia con molti significati e piaceri sensuali. È qui che i testi storici intersecano più chiaramente il testo contemporaneo» (“*Smoke Gets in Your Eyes*” p. 69).

<sup>15</sup> Debarchana Baruah, *21th CENTURY RETRO. Mad Men and 1960s America in Film and Television*, Bielefeld, transcript Verlag, 2021, pp. 154-155.

segreta di Draper, la sua riluttanza a svelare se stesso, vengono esemplificati bene inquadrando, in molti momenti, come ad esempio nel *pilot*,<sup>16</sup> il retro della testa di Jon Hamm. Questa tecnica cinematografica ricorda il film *Notorius* (1946) di Hitchcock, dove il protagonista T. R. Devlin (Cary Grant) viene introdotto per la prima volta al pubblico nella scena di un party dove la telecamera riprende il dietro della sua testa.<sup>17</sup> Ancora, l'immagine dei cinque soci tratta dall'ultima puntata della quinta stagione,<sup>18</sup> quando stanno guardando verso la finestra del piano vuoto che sarebbe diventato il loro nuovo ufficio, e dove Joan si presenta al centro, in rosso, come la nuova socia, mentre gli altri sono in nero, è perfettamente simmetrica, e assomiglia alle «composizioni visive rigidamente strutturate del cinema classico».<sup>19</sup>

Tuttavia, nelle modalità di ripresa di *Mad Men*, e questa studiosa è una delle poche a notarlo, si verifica un'eccezione, con un'ibridazione con le tecniche di ripresa contemporanee (la Baruah cita le parole di Weiner riprese da un'intervista,<sup>20</sup> e le affermazioni di Tom Wilson, montatore dello show).<sup>21</sup> La Lionsgate, dopo la quarta stagione, insistette perché si ricorresse alla macchina da presa digitale Arri Alexa, che evitava le aberrazioni cromatiche, mentre Weiner afferma che è ricorso alla fotografia digitale per creare degli sfondi che fossero più credibili. Tutto ciò determina, secondo la Baruah, una «retro estetica», dove il prodotto che si crea viene alla luce sia facendo ricorso a ciò che è contemporaneo, sia appropriandosi creativamente di ciò che esisteva in passato, e tale negoziazione crea un ibrido.<sup>22</sup>

Se la «retro estetica» accoglie anche il «nuovo» nella creazione del passato in alcuni film e in alcune fiction come *Mad Men*, e quindi anche nelle modalità di ripresa, è indubbio che ciò che qui si voleva ottenere era una perizia filologica tirata quasi alla perfezione, dove lo stile «classico» è più la norma che l'eccezione, esemplificato anche negli esempi che verranno fatti qui di seguito.

Infatti, tornando ad altri tipi di inquadratura, ci sono moltissimi mezzi primi piani, soprattutto quando viene messa in scena una cena, che è uno dei luoghi significativi dove «avviene» qualcosa. La cena è un momento conviviale che serve per concludere affari o per portare a termine un'avventura galante, ma anche un luogo dove i personaggi si confidano (si vedano le «bevute» tra Roger e Don, o l'incontro al bar, da amico ad amica, tra

<sup>16</sup> 1X1 (*Smoke Gets in Your Eyes*, titolo italiano *Fumo negli occhi*).

<sup>17</sup> Baruah, *op. cit.*, p. 155.

<sup>18</sup> 5X13 (*The Phantom*, titolo italiano *Il fantasma*).

<sup>19</sup> Baruah, *op. cit.*, p. 156.

<sup>20</sup> Cindy Allen, *Welcome to 1969: Mad Men's Award-Winning Set Design*, «Interior Design», 25 aprile 2014, web, ultimo accesso: 10 agosto 2021, <[www.interiordesign.net/projects/10007-welcome-to-mad-men-s-award-winning-set-design/](http://www.interiordesign.net/projects/10007-welcome-to-mad-men-s-award-winning-set-design/)>.

<sup>21</sup> A Ron Hubbard, «*Mad Men Happy Hour-Interview with Mad Men Editor Tom Wilson*», «Bald Move», 2 dicembre 2016, web, ultimo accesso: 10 agosto 2021, <[www.baldmove.com/mad-men-happy-hour/interview-with-mad-men-editor-tom-wilson/](http://www.baldmove.com/mad-men-happy-hour/interview-with-mad-men-editor-tom-wilson/)>.

<sup>22</sup> Baruah, *op. cit.*, p. 157. L'autrice considera *Mad Men* un *retro*, cioè un prodotto che rivisita la storia, ma non quella «soleenne» alla Spielberg, ma quella fatta di ironia, di ripiegamento sulle storie individuali, marginali, minimaliste, presentate da una prospettiva non valutativa, né esplicativa, né riparativa.

Don e Joan,<sup>23</sup> la cena tra Don e Lane,<sup>24</sup> o tra Peggy e Don,<sup>25</sup> in cui i personaggi raccontano le loro angosce, le loro insicurezze, ecc.). Poi, moltissime scene della serie si concentrano sui dialoghi, con un susseguirsi di primi piani in campo-controcampo (è questo uno degli espedienti principali con cui *Mad Men* «procede» nel suo flusso narrativo).<sup>26</sup>

Un altro luogo dove si verificano interazioni significative tra i personaggi, sempre a mezza figura o, più raramente, con dei piani americani, sono gli ascensori, dove si conclude un discorso o se ne comincia uno. Matthew Weiner, in una videointervista, ha infatti detto che, oltre a costituire un set specifico per rappresentare momenti *clou*, spesso le scene in ascensore sono state utilizzate perché sono poco costose e perché sono un grande luogo per anticipazioni e risoluzioni, costituiscono insomma un espediente narrativo.<sup>27</sup>

Infine, vi sono le scene corali, che avvengono soprattutto in ufficio, quando deve essere coinvolto tutto il personale dell'agenzia per comunicazioni importanti (cambi di assetti societari, commemorazioni di persone scomparse, come Bert Cooper, che muore il giorno dell'allunaggio<sup>28</sup>), e che vengono effettuate in campo totale.

### 3. *Mad Men* e la rappresentazione dello spazio

Pochissimi sono gli esterni: uno memorabile è quello del pic-nic che i Draper fanno nel settimo episodio della seconda stagione (2X7<sup>29</sup>), quando lasciano il prato pieno di rifiuti. Alcuni, sempre nella seconda stagione, sono quelli del maneggio in cui Betty Draper va ogni sabato a fare equitazione.<sup>30</sup> In 2X11,<sup>31</sup> quando Don e Pete si recano in California per affari, la *location* dove si svolge il *meeting* viene ripresa anche in esterni, così come ci sono degli esterni in 6X1,<sup>32</sup> quando Don e Megan nel 1967 passano il Natale alle Hawaii. Un altro raro esterno, nella settima stagione, mostra Betty che accompagna il figlio Bobby in gita scolastica a una fattoria,<sup>33</sup> mentre un altro, che riflette lo *Zeitgeist*, si ha nel momento in cui Roger cerca di riportare a casa sua figlia da una comune hippie.<sup>34</sup> Tuttavia, è proprio quando Don assume consapevolezza della propria identità ed è ormai un uomo diverso, che il «fuori» si fa più frequente. Non è un caso, così, che esso sia concentrato, appunto, in

<sup>23</sup> 5X10 (*Christmas Waltz*, titolo italiano *Valzer di Natale*).

<sup>24</sup> In 4X3, *The Good News*, titolo italiano *La buona novella* (terzo episodio della quarta stagione) Don, ormai single, e uno dei soci, Lane Price (Jared Harris), che ha appena ricevuto la notizia che la moglie gli ha dato il benservito, vanno a cena insieme e si sbronzano.

<sup>25</sup> Si veda 4X7 (*The Suitcase*, titolo italiano *Buon compleanno*), in cui Don e Peggy vanno a cena dopo che l'uomo l'aveva trattenuta in ufficio per finire un lavoro proprio il giorno del suo compleanno, mandando a monte la cena a sorpresa con i suoi familiari che le aveva fatto il suo ragazzo: per questo Peggy sarà lasciata dal suo boyfriend.

<sup>26</sup> Suggestivi sono poi i primissimi piani, soprattutto di Don Draper.

<sup>27</sup> John Jurgensen, «WSJ Live», web, ultimo accesso: 9 giugno 2021, <<https://www.youtube.com/watch?v=wSvnap7wvFc>>.

<sup>28</sup> 7X7, *Waterloo*, titolo italiano identico.

<sup>29</sup> *The Gold Violin*, titolo italiano *Il violino d'oro*.

<sup>30</sup> Un esempio per tutti, 2X1 (*For Those Who Think Young*, titolo italiano *Nuovi, giovani e creativi*).

<sup>31</sup> *The Jet Set*, titolo italiano *Jet set*.

<sup>32</sup> *The Doorway (Part 1)*, titolo italiano *Dietro la porta-1ª parte*.

<sup>33</sup> 7X3, episodio già citato.

<sup>34</sup> 7X4 *The Monolith*, titolo italiano *Il monolito*.

questo particolare momento, cioè nel finale della serie: 7X13<sup>35</sup> e 7X14<sup>36</sup> mostrano autostrade, comuni californiane, edifici.

Gli interni, che fanno da padrone, sono soprattutto incentrati sullo spazio degli uffici e delle abitazioni, prima fra tutte quella di Don Draper. A questo proposito Dianne Harris, che studia come sono strutturati gli spazi degli uffici<sup>37</sup> dell'agenzia e della casa dei Draper nelle prime tre stagioni della serie, afferma che proprio lo spazio è un personaggio, e agisce come tale, in quanto connota ideologicamente l'intreccio e i personaggi, poiché «lo spazio dà forma alla cultura, sia che esso sia reale o fittizio» (p. 54).<sup>38</sup> Questi due spazi permettono una disamina significativa dei modi in cui genere (*gender*), razza, e sessualità si intersecano, in *Mad Men*, con la descrizione dell'ufficio e della casa dei Draper (p. 54). L'*International Style*,<sup>39</sup> con cui sono costruite le *location* degli uffici della Sterling Cooper, con i suoi spazi aperti per il gruppo delle segretarie, e quelli pieni di vetrate per gli uffici degli *executive*, modella infatti un «dentro» e un «fuori», nei quali le segretarie, quasi non protette da nessuna parete, possono essere oggetto di attenzioni sessuali anche non gradite, seppure il piano aperto dove opera il gruppo delle segretarie può portare a rendere più liberi i loro costumi sessuali. Allo stesso modo, la casa dei Draper risulta fuori moda, *retardataire*, con un *décor* da *upper class* che però evita un design eccessivamente moderno proprio perché era sì lo stile preferito dalle «teste d'uovo», ma lo era anche dagli ebrei. Optare per una residenza di questo tipo non avrebbe quindi permesso a Don di asserire la sua qualità di essere «bianco» al livello di un WASP, come sono i suoi colleghi. Invece lui, per il suo passato (è figlio di una prostituta morta dandolo alla luce, e con la matrigna, da bambino, è vissuto in un bordello, mentre suo padre era un alcolista), è *white-trash* (uno straccione bianco, lett. «spazzatura bianca»). Don vive nella contea di Westchester, a Ossining, una città dello stato di New York con una storia che risale ai primi del Novecento, con quartieri residenziali di alto livello. Ma sempre Ossining ospita il famoso penitenziario di Sing Sing, che la rende in qualche modo «oscura», proprio come, appunto, è oscuro il passato di Don. E la casa «ipernormale» dei Draper nasconde segreti e bugie sotto la patina utopica della perfezione suburbana.<sup>40</sup>

Jeremy G. Butler, parlando della messa in scena degli uffici e della casa di Don, sottolinea il carattere oppressivo dei due ambienti, affermando come la griglia, con le luci fluorescenti del soffitto dell'agenzia, assomigli tanto a quella alienante che compare nell'ufficio del film *The Apartment*.<sup>41</sup> Allo stesso modo, afferma che la casa dei Draper riecheggia

<sup>35</sup> *The Milk and Honey Route*, titolo italiano *La strada dove scorre latte e miele*.

<sup>36</sup> *Person to Person*, titolo italiano *Da persona a persona*.

<sup>37</sup> Lo show «copia» l'arredamento della Sterling Cooper riprendendolo dal film *The Best of Everything* (1959, titolo italiano *Donne in cerca d'amore*) di Jean Negulesco (v. Lauren M. E. Goodlad, Lilya Kaganovsky e Robert A. Rushing, *Introduction*, in Lauren M. E. Goodlad, Lilya Kaganovsky e Robert A. Rushing, *op. cit.*, pp. 1-31).

<sup>38</sup> Harris, *Mad Space*, in Goodlad, Kaganovsky, Rushing, *op. cit.*, pp. 53-72. Subito dopo, Harris afferma che «il design è una star, se non la star dello show» (p. 55, corsivi nel testo)

<sup>39</sup> «Il termine *International Style* fu coniato per la prima volta nel 1932 per una mostra curata da Henry-Russell Hitchcock e Philip Johnson al Museo di Arte Moderna, New York, e aveva come scopo quello di descrivere un'architettura universalista che fu considerata idonea per qualsiasi parte del mondo per una varietà di usi (inclusi quelli residenziali), e i cui volumi e forme erano determinati soprattutto dai materiali della produzione industriale di massa del ventesimo secolo: cemento, acciaio, e vetro» (Harris, *op. cit.*, pp. 55-56).

<sup>40</sup> Ivi, pp. 69-70.

<sup>41</sup> Titolo italiano *L'appartamento*. Si tratta di un film del 1960 diretto da Billy Wilder, e a cui lo stesso Weiner si è ispirato.

quella di Cary Scott (Jane Wyman), una delle protagoniste del film di Douglas Sirk *All That Heaven Allows*,<sup>42</sup> pellicola del 1955 e ambientata nello stesso anno.<sup>43</sup>

In un altro articolo, posteriore di due anni, facendo, nella sua analisi dello stile visivo di *Mad Men*, una tripartizione tra messa in scena, livello filmico e montaggio, Butler<sup>44</sup> si sofferma ancora sul carattere opprimente della messa in scena dei due set più importanti di *Mad Men*, l'ufficio e la casa di Don, che cambiano dopo la terza stagione. L'ufficio, nella quarta stagione, dopo la neonata Sterling Cooper Draper Pryce, ha meno spazi, quasi a testimoniare la situazione difficile in cui si trovano i novelli soci nell'iniziare una nuova agenzia, e solo una donna, Peggy, migliora la sua posizione, riuscendo ad avere un ufficio vicino a quello di Don. Invece, parlando della casa dei Draper, sempre Butler, in modo simile alla Harris, ne sottolinea il suo aspetto idealizzato che è in contrasto con l'angoscia dei suoi abitanti. Una messa in scena «convenzionale», che avrebbe potuto essere tratta da una *sitcom* degli anni '50 o da un articolo di *Good Housekeeping*,<sup>45</sup> si trova in 3X12,<sup>46</sup> e contrasta con un momento drammatico, quando durante il *breakfast* Don saluta i bambini per l'ultima volta, dopo che la moglie Betty, la sera prima, aveva deciso di divorziare da lui.<sup>47</sup> Anche qui lo spazio, in particolare la messa in scena, viene visto come attore attivo della storia, anche se Butler, diversamente dalla Harris e da me, non parla mai di esso come «personaggio».

L'arredamento, con il passare della decade, cambia, sia negli uffici che nella casa di Don, e un mutamento drastico degli ambienti si ha con la fine della terza stagione, quando Don divorzia da Betty e la Sterling Cooper diventa Sterling Cooper Draper Pryce. Nei *credits* a uno dei DVD della sesta stagione,<sup>48</sup> Dan Bishop e Chris Brown, rispettivamente *production designer* e *art director* di *Mad Men*, hanno affermato che esso all'inizio ha avuto uno sguardo costante agli anni '50. Mentre la struttura architettonica originale della serie era estremamente formale, e si basava sui colori secondari, e con colori piuttosto tenui (si usava abbastanza il verde), al principio o a metà degli anni Sessanta si assiste a un ritorno ai colori primari, in particolare al rosso, al bianco, al giallo, al blu. La Sterling Cooper Draper Price, da 6X10<sup>49</sup> Sterling Cooper & Partners, è stata suddivisa tra due piani, il 37° e il 38°, con lo spazio per gli *executive* al piano superiore. Anche in questo caso, si può aggiungere, pur con un arredamento cambiato, tutto, come nelle prime stagioni, indica un «dentro» e un «fuori», per separare ancora di più, mettendoli su due piani diversi, *executive* e impiegati, soprattutto segretarie.

Per quanto riguarda l'appartamento di Don Draper, nel quale dalla quinta stagione vive con la nuova moglie Megan, proseguono Bishop e Brown, il contrasto tra quest'ultimo, situato a Tudor City, nell'East Side di Manhattan, e quello della quarta stagione, dove Don viveva dopo il divorzio, è stato voluto proprio per far vedere il successo dell'uomo, che ora

<sup>42</sup> Titolo italiano *Secondo amore*.

<sup>43</sup> Butler, "Smoke Gets in Your Eyes", cit., pp. 60-61.

<sup>44</sup> Id., *Mad Men. Visual Style*, in *How to Watch Television*, a cura di Ethan Thompson e Jason Mittell, New York, NYU Press, 2020<sup>2</sup>, pp. 51-60. Nonostante la seconda edizione del testo sia del 2020, e con numerosi nuovi saggi, la prima è del 2013, e l'articolo di Butler si riferisce appunto a quella data: non parla pertanto delle ultime due stagioni di *Mad Men* (la sesta è uscita nel 2013, in concomitanza con l'uscita del libro, e quindi è difficile che lo studioso ne abbia potuto tenere conto).

<sup>45</sup> Rivista femminile statunitense fondata nel 1885.

<sup>46</sup> «The Grown-Ups», titolo italiano «La fine di un'era».

<sup>47</sup> Butler, cit., pp. 53-54.

<sup>48</sup> Dan Bishop e Chris Brown, *Mad Men: Season Six. DVD*, Santa Monica, CA: Lionsgate, 2015 (commento audio).

<sup>49</sup> *A Tale of Two Cities*, titolo italiano *Le due città*.

vive nella grande città e non più in uno spazio suburbano come con Betty nelle prime tre stagioni.

L'accuratezza nei dettagli, l'uso di oggetti e vestiti *vintage*, utilizzati sul set con una precisione quasi maniacale, oltre che la splendida resa degli spazi, costituiscono uno dei motivi per cui sia pubblico che critica si sono sempre espressi entusiasticamente a proposito di *Mad Men*. La perizia filologica si può notare anche nel riprendere, da parte dell'agenzia, anche marchi veramente esistenti, pur con pubblicità inventate.

#### 4. *Mad Men*: tempo lineare e «complessità»

La «classicità» della serie si vede anche nel modo con cui *Mad Men* struttura il tempo: tranne qualche *flashback*, soprattutto nella prima stagione, quando si rievoca il passato di Don Draper, che è in realtà Dick Whitman,<sup>50</sup> si tratta sempre di tempo lineare, sequenziale, non di tempo intrecciato, come avveniva con *Lost*, in cui la narrazione procede per più piani temporali, che risultano intersecati, compresenti, «intrecciati» appunto.<sup>51</sup>

Un raro esempio di una narrazione non lineare si ha quando Joan si prostituisce con un cliente della Jaguar per ottenere la commessa.<sup>52</sup> Il *pitch* di Don Draper della macchina si svolge in parallelo con la scena in cui Joan va a letto con l'*executive*, anche se le due sequenze non si svolgono cronologicamente in maniera concomitante, in quanto la scena della seduzione è già avvenuta.

Per riportare un altro (raro) caso, se a livello della durata ci sono delle estensioni, esse sono molto rare: un caso si ha quando Peggy, in 7X7, la puntata dell'allunaggio, a Indianapolis sta per fare la presentazione della campagna per la Burger Chef al posto di Don, e la sala e i presenti, tra cui Pete e Don che le aveva esplicitamente affidato l'incarico, sono filmati in *slow motion*, quasi in una vertigine. Peggy vede tutto come in un sogno, ha paura di fallire, non si sente pronta, nonostante Don le rivolga lo sguardo, in un primo piano, come per dirle: «Non ti preoccupare, andrai bene». Dopo questo momento del *pitch*, che si rivelerà un trionfo personale, i movimenti della macchina da presa torneranno con un ritmo «normale», dove nella scena tempo della storia e tempo del racconto verranno a coincidere.<sup>53</sup>

Pertanto, nell'articolazione del tempo del racconto *Mad Men* non ricorre spesso a quelli che Jason Mittell definisce «effetti speciali narrativi», che tanto caratterizzano la *complex Tv*, che si hanno «quando una serie tv fa del suo meglio per confondere e stupire lo spettatore»,<sup>54</sup> infrangendo le convenzioni televisive e «attirando l'attenzione dello spettatore

<sup>50</sup> Per esempio, in 1X12 (*Nixon Vs. Kennedy*, titolo italiano *Nixon contro Kennedy*) c'è un'analessi nella quale Don ricorda quando lui, Dick Whitman, e il tenente Donald Draper, erano in Corea e quando, dopo la morte accidentale di quest'ultimo in un'esplosione, Dick aveva assunto la sua identità, scambiando le piastrine identificative.

<sup>51</sup> Per la differenza tra serie TV a tempo lineare e a tempo intrecciato nelle serie televisive statunitensi post-Duemila si veda Angela Maiello, *Mondi in serie. L'epoca postmediale delle serie tv*, Cosenza, Pellegrini Editore, 2020. Jason Mittell, riferendosi al tempo intrecciato, parla invece di *storytelling* a cronologia non lineare (Jason Mittell, *Complex Tv. Teoria e tecnica dello storytelling e delle serie tv* [2015], Roma, minimum fax, 2017, p. 25).

<sup>52</sup> 5X11, episodio già citato.

<sup>53</sup> Per una descrizione accurata di questo momento, e per una «bibbia» dettagliata di ogni puntata di *Mad Men*, si veda Matt Zoller Seitz, *MAD MEN Carousel. The Complete Critical Companion*, New York, Abrams Press, 2015, pp. 380-381. Per un altro esempio di *slow motion* si veda 2X1, dove Don osserva la moglie Betty scendere dalla scala di un hotel e la vede come «ideale di donna» (Zoller Seitz, *op. cit.*, p. 134).

<sup>54</sup> Mittell, *op. cit.*, p. 87.

sulla stessa infrazione delle convenzioni».<sup>55</sup> Insomma, *Mad Men* è una fiction che, pur «complessa» (serializzata, scritta con un taglio cinematografico, con personaggi che si trasformano, ecc.), mantiene nella strutturazione della trama una assoluta linearità e «semplicità», una classicità di montaggio e di inquadrature. Il fatto che essa sia *cinematic*, ovvero con un taglio cinematografico, viene evidenziato, oltre che da molti studiosi, in alcuni casi anche da Matthew Weiner nei commenti alla settima stagione presenti come extra nel DVD. Per esempio, lo è in 7X2,<sup>56</sup> quando Sally scopre, andando all'agenzia per caso, che il padre non lavora più alla Sterling Cooper & Partners. Weiner infatti dice espressamente che questa è una bella scena, molto *cinematic*, e che assomiglia a un film horror, per come presenta Sally nell'atto di trovare inaspettatamente, nell'ufficio del padre, un altro *executive*, Lou.<sup>57</sup>

Anche 7X8,<sup>58</sup> il primo episodio della seconda parte della settima stagione, contiene un momento in cui una scena assume, sempre a detta di Weiner nei *credits* del DVD,<sup>59</sup> un taglio cinematografico. Peggy e Joan vengono prese poco sul serio da degli *executive* della McCann a cui avevano presentato un progetto, e Joan viene anche fatta oggetto di scherzi per la sua procacità. La donna va poi a comprare un vestito nero molto elegante, forse per dimostrare a se stessa di «valere». La scena della prova dell'abito, girata in un camerino molto lussuoso, viene definita appunto da Weiner «un grande momento di regia, assai *cinematic*, anche per i costumi».

## 5. Tempo come personaggio

Il processo per cui lo spettatore vede «come funziona» una serie, e che Mittell definisce «estetica funzionale»,<sup>60</sup> qui avviene in maniera «tradizionale», e l'unica fatica che lo spettatore fa nel processo di decodifica della vicenda è andare dietro alla psicologia dei personaggi, ai vestiti, allo spazio, al Tempo, secondariamente alla trama intesa come «azione».

Infatti, anche il tempo è un personaggio della storia, in quanto coopera attivamente alla macchina narrativa. Molti studiosi hanno scritto che in *Mad Men* la storia si incontra con la Storia, quella degli anni Sessanta. Non è un caso che molti degli episodi fondativi si svolgano in momenti importanti della storia americana: per fare un esempio, 2X13,<sup>61</sup> il finale di stagione, parla della (inaspettata) gravidanza di Betty e quindi della sua inevitabile riappacificazione con Don, sullo sfondo della crisi dei missili di Cuba, così come Peggy rivela a Pete, sempre nella stessa puntata, che ha avuto un figlio da lui e che l'ha dato in adozione.<sup>62</sup> La stessa «Nixon Vs. Kennedy» (1X12), già citata, racconta storie private sullo sfondo della campagna presidenziale che vede, nel 1961, la vittoria di John Kennedy su

<sup>55</sup> I, p. 97.

<sup>56</sup> *A Day's Work*, titolo italiano *Un giorno di lavoro*.

<sup>57</sup> Matthew Weiner, *Mad Men: Season Seven. DVD. Part 2*, Santa Monica, CA: Lionsgate, 2015 (commento audio).

<sup>58</sup> *Severance*, titolo italiano *Liquidazione*.

<sup>59</sup> Matthew Weiner, *Mad Men: Season Seven. DVD. Part 8*, Santa Monica, CA: Lionsgate, 2015 (commento audio).

<sup>60</sup> Mittell, *op. cit.*, p. 100.

<sup>61</sup> *Meditations in an Emergency*, titolo italiano *Rivelazioni*.

<sup>62</sup> Tutto l'episodio, secondo M. Keith Booker e Bob Batchelor, sa molto di *soap opera* (M. Keith Booker e Bob Batchelor, *op. cit.*, p. 249). Ritengo invece che, al di là del momento contingente che può sembrare da *soap*, uno degli espedienti narrativi più convincenti che Weiner ha messo in opera nella serie sia proprio il far «dimenticare» questo bambino da parte dei genitori biologici, fatto ancora più significativo perché Pete ha lottato tanto per diventare padre con la moglie Trudy.

Richard Nixon. L'assassinio di John Kennedy, avvenuto nel 1963, e narrato in 3X12, sconvolge la vita di tutti i personaggi, tra cui quella di Betty, che decide di divorziare da Don, mentre Henry Francis le chiede di sposarlo.

Anche Matthew Weiner conferma l'incontro della storia con la Storia quando parla della dichiarazione di Bob Benson a Joan il giorno prima dell'allunaggio, nel commento a 7X6<sup>63</sup> nei *credits* del DVD.<sup>64</sup> Infatti lui, a questo proposito, dice espressamente che «lo show entra nella storia», e che il *New York Times* inserito nell'episodio è un giornale vero.<sup>65</sup> Sempre in un altro commento, stavolta sulla puntata dell'allunaggio (7X7), lo stesso Weiner<sup>66</sup> dice che, per rendere maggiormente verosimile l'episodio, sono state effettuate delle ricerche per verificare se esistessero delle lettere o dei discorsi di Nixon, allora presidente degli Stati Uniti, su questo evento epocale.

In un'intervista a Sarah Ricard avvenuta a ridosso della conclusione della serie, che termina il 17 maggio 2015,<sup>67</sup> Weiner tuttavia dice che non voleva scrivere una lezione di storia creando *Mad Men*, e che non sentiva la spinta compulsiva a fare il *coverage* degli eventi che si erano verificati negli anni Sessanta. Il momento più significativo in cui la Storia si è intersecata con lo show, per lui è stato il 1968, nella sesta stagione, solo perché illustrava efficacemente lo stato interiore di Don: la cultura dell'epoca era esattamente come Draper, in quanto piena di disastri preceduti da grandi speranze.

Anche se non voleva fare la Storia, conclude la Ricard, ciò che è *cool* è il fatto che conosciamo così tanto della storia dai film e dalla TV, e che *Mad Men* ha contribuito a dare una nuova prospettiva sugli anni '60. Weiner, rispondendo, ha concluso dicendo che il suo intento non era di rivedere la storia, ma di rivedere la nostra percezione che la storia non è creata dalle persone. Comunque, si può aggiungere, le vicende dei personaggi si intersecano con la Storia, in quanto senza l'accuratezza filologica, come i dettagli delle riprese televisive dell'epoca inserite negli episodi «storici» della serie, come quello dell'assassinio di Kennedy, la vicenda di *Mad Men* non sarebbe potuta andare avanti.

## 6. *Mad Men*, paratesti ed espansioni transmediali

Oltre al «testo» *Mad Men*, inteso come audiovisivo che vive sulle reti TV, esistono anche dei testi «ancillari», che lo chiarificano, lo arricchiscono, lo commentano. Essi possono essere creati dalla casa madre, come la AMC, oppure dai fan, che possono dar vita anche a interpretazioni dissonanti. Una produzione *top-down* sarà, per forza di cose, comunque ufficiale, anche se accoglierà voci dei fan, come ha fatto il sito della AMC e le altre sue

<sup>63</sup> *The Strategy*, titolo italiano *Strategia*. Bob Benson è un *executive* di dubbia fama, impiegato da poco alla Sterling Cooper & Partners, che vuole farsi una famiglia con Joan per nascondere la sua latente omosessualità.

<sup>64</sup> Matthew Weiner, *Mad Men: Season Seven. DVD. Part 6*, Santa Monica, CA: Lionsgate, 2015 (commento audio).

<sup>65</sup> Cito testualmente il titolo cubitale del “New York Times” che compare in 7X6: KENNEDY IS KILLED BY SNIPER/ AS HE RIDES IN CAR IN DALLAS;/ JOHNSON SWORN IN ON THE PLANE.

<sup>66</sup> Matthew Weiner, *Mad Men: Season Seven. DVD. Part 7*, Santa Monica, CA: Lionsgate, 2015 (commento audio).

<sup>67</sup> Sarah Ricard, *Matthew Weiner Interview: “People Don’t Change”*. *Mad Men Creator Didn’t Want to Write a History Lesson*, «Rotten Tomatoes», 13 maggio 2015, web, ultimo accesso: 28 giugno 2021, <<https://editorial.rottentomatoes.com/article/matthew-weiner-interview-people-dont-change/>>.

attività *online* come ad esempio quelle su YouTube, mentre una *bottom-up* sarà più spontanea, meno imbrigliata dalla produzione, anche se in ogni caso molto spesso utente e *producer* possono fondersi, creando interazioni e addirittura facendo cambiare, in divenire, l'evolversi delle trame di una serie TV adattandole ai gusti del pubblico.<sup>68</sup>

Parlare quindi solo di *Mad Men* come testo audiovisivo risulterebbe riduttivo, in quanto escluderebbe la seconda parte, quella dell'utente, altrettanto importante, perché anch'essa struttura, definisce, propone interpretazioni. È tuttavia poco agevole parlare di paratesti o di *transmedia storytelling* per una serie come questa, in quanto è finita nel 2015, e quindi relativamente lontana nel tempo, perlomeno riferendosi a un ecosistema narrativo,<sup>69</sup> che può essere sottoposto a rapida obsolescenza. Purtroppo infatti, come afferma Mittell nel suo *Complex Tv*,<sup>70</sup> questa materia è molto difficile da trattare, in quanto molti paratesti spesso non sono più *online* dopo la loro prima pubblicazione e quindi risulta gravoso formulare un giudizio complessivo che sia definitivo ed esauriente.

In primo luogo, prima di parlare di espansioni transmediali di *Mad Men*, occorre dare una definizione di ciò che si intende per «paratesto» e per *transmedia storytelling*. Paratesto è un termine coniato da Gérard Genette,<sup>71</sup> e indica tutto ciò che è pertinente a un testo e che lo chiarifica ulteriormente. Prendendo per esempio un romanzo, paratesti sarebbero i titoli e i sottotitoli, le epigrafi, le dediche, ecc., così come per una serie televisiva i titoli di testa e di coda, e così via. I paratesti sono essenziali per la comprensione di una serie TV, in quanto sono alcuni degli elementi costitutivi delle sue espansioni transmediali, creando così il suo ecosistema narrativo. Un esempio di paratesto, per *Mad Men*, è costituito dai commenti ai DVD della serie citati *supra*.

Per determinare cos'è il *transmedia storytelling* (o *narrazione transmediale*) occorre rifarsi, canonicamente, a Henry Jenkins, che ne dà una definizione esemplare: «Insieme di storie che si dispiegano su più piattaforme mediatiche e per le quali ciascun medium coinvolto dà il suo contributo specifico alla nostra comprensione del mondo narrato».<sup>72</sup>

Farebbero così parte delle espansioni transmediali di *Mad Men* i paratesti presenti sul sito ufficiale della AMC, il libro di Janie Bryant, costumista della serie, sui vestiti che lei ha creato per *Mad Men*,<sup>73</sup> i siti dei fan, la copertina di una rivista come quella di *Newsweek* del marzo-aprile 2012, dedicata alla serie. Nel mondo «reale», invece, si possono annoverare una linea di cosmetici della Estée Lauder chiamata *Mad Men Collection*, e due case di

<sup>68</sup> Per uno *state of the art* del ruolo che assume l'*audience*, che parla anche dell'interazione tra quest'ultimo e i prodotti seriali insieme alle loro espansioni transmediali, ma anche dell'influenza che l'industria dell'*entertainment* ha sul *fandom*, in una logica di relazione tra i soggetti in campo, si veda Claudio Bioni, *Pubblici, utenti, spettatori: il ruolo dell'audience nell'ecosistema dei media*, in *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie tv*, a cura di Guglielmo Pescatore, Roma, Carocci editore, 2020, pp. 163-185.

<sup>69</sup> Gli ecosistemi narrativi, caratterizzati da componenti abiotiche come i fattori economico-produttivi, culturali e industriali, ma anche da componenti biotiche, sono sistemi «basati su strutture complesse e reticolari di elementi, le cui relazioni sono improntate a un principio di equilibrio quantitativo prima ancora che qualitativo» (Ilaria A. De Pascalis e Guglielmo Pescatore, *Dalle narrazioni estese agli ecosistemi narrativi*, in Pescatore, *op. cit.*, p. 23).

<sup>70</sup> Mittell, *op. cit.*, p. 496.

<sup>71</sup> Gérard Genette, *Soglie. I dintorni del testo* [1987], Torino, Einaudi, 1989.

<sup>72</sup> Henry Jenkins, *Cultura convergente* [2006], Milano, Apogeo, 2007, p. 357.

<sup>73</sup> Si tratta di Janie Bryant, *THE FASHION FILE: Advice, Tips, and Inspiration from the Costume Designer of MAD MEN*, New York and Boston, Grand Central Life & Style, 2010 (prendo quest'informazione dal testo di Baruah).

moda, la newyorkese *Brooks Brothers* e il marchio *Banana Republic*, più accessibile e rivolto a un pubblico giovane, entrambe con una linea di vestiti creata sulla scia di *Mad Men* (dati ripresi da Antonella Mascio).<sup>74</sup>

Antonella Mascio, che ha come punto di riferimento soprattutto la moda, scrive il suo saggio nel 2013, quando negli USA era già andata in onda la quinta stagione di *Mad Men* (2012) (per l'Italia bisognerà aspettare il 2013 e l'inizio del 2014), e quindi ancora c'era un forte interscambio generato anche dal *feedback* del pubblico. Lei si riferisce al mondo della serie come a un ecosistema mediale, dove si veniva a creare una specie di cortocircuito tra l'in-fiction e l'off-fiction, «ossia nei discorsi esterni alla cornice delle singole puntate»,<sup>75</sup> con delle significative ricadute creative della serie nel mondo reale, con uscite al di fuori del mondo finzionale.<sup>76</sup> E la Mascio riprende anche dei dati dal sito ufficiale della AMC, affermando che esso riporta delle aree a tema, in cui i capi di vestiario vengono spiegati, dato che il pubblico viene accompagnato «dentro» la produzione, dove la costumista illustra perché ha fatto certe scelte nel vestire un certo personaggio,<sup>77</sup> in una sorta di sguardo «dietro le quinte». <sup>78</sup> Gli spazi *online* istituzionali come il sito ufficiale della AMC forniscono sia materiali «primari», come la visione delle puntate, sia «secondari», come appunto quelli di cui l'autrice ha già parlato (attori, vestiti, oggetti, ecc.), mentre quelli non istituzionali come blog, siti web, canali YouTube, ecc., costituiscono un *feedback* a partire da una passione condivisa per la serie<sup>79</sup> e, si potrebbe aggiungere, creativa *bottom-up*.

In questa sede si è deciso di soffermarsi solo sulla produzione ufficiale della AMC, per vedere come un canale istituzionale possa orientare, creare un mondo, ma anche essere, a volte, datato, per il fatto che i canali *online* generalmente sono soggetti a obsolescenza quando l'ecosistema narrativo su cui si incentra, in questo caso *Mad Men*, è relativamente lontano nel tempo (la serie finisce il 17 maggio 2015). Allo stesso modo, risulta quasi impossibile, soprattutto a distanza di tempo, parlare quantitativamente di prodotti dei fan, in quanto si tratta di un *mare magnum* e in costante mutamento. Spesso, come fa notare Lucia Tralli,<sup>80</sup> la funzione *post-object*, che consiste in un apporto degli utenti alla «sopravvivenza dell'ecosistema narrativo una volta terminato il corso del prodotto principale che lo compone»,<sup>81</sup> può portare anche a fenomeni come la rinascita di una serie cancellata, o a una *reunion* del cast, ma questo non è il caso di *Mad Men* o, almeno, non ancora.

## 7. *Mad Men* e una produzione top-down: il sito ufficiale della AMC

Molti materiali del sito ufficiale della AMC su *Mad Men*, ancora presenti nel 2018 in quanto consultati dalla Baruah in quell'anno, purtroppo non sono più disponibili, rendendo

<sup>74</sup> Le informazioni di cui si parla sono state infatti desunte dall'articolo di questa studiosa, che si sofferma soprattutto sui rapporti tra la moda e *Mad Men* (Antonella Mascio, "*Mad Men*" fra fiction e faction, in *MEDIA MUTATIONS. Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporaneo. Spazi, modelli, usi sociali*, a cura di Claudio Bioni e Veronica Innocenti, Modena, Mucchi, 2013, pp. 283-294).

<sup>75</sup> Ivi, p. 285.

<sup>76</sup> Ivi, p. 293.

<sup>77</sup> Ivi, p. 288.

<sup>78</sup> Ivi, p. 289.

<sup>79</sup> Ivi, p. 293.

<sup>80</sup> Lucia Tralli, *Pratiche delle audience nell'ecosistema narrativo*, in Pescatore, *op. cit.*, pp. 187-211.

<sup>81</sup> Ivi, p. 208.

il discorso di una produzione paratestuale *top-down* incompleto. Le uniche parti significative rimaste, ancora intatte, sono la *Cocktail Guide*<sup>82</sup> e la *Fashion Show*,<sup>83</sup> una guida ai cocktail usati nella serie e una lista di pettinature, vestiti, scenografie, oggetti. Un altro aspetto importante rimasto è contenuto negli *extra* alle sette stagioni, dove Janie Bryant dalla quinta stagione e, nella settimana anche altre figure come ad esempio Claudette Didul, arredatrice della serie, o Ellen Freund, attrezzista di *Mad Men*, parlano di vestiti, scenografie, oggetti usati sul set. Si tratta di spiegazioni utili allo spettatore per capire il «dietro le quinte» degli abiti e degli arredi scenici, «curiosità» che aiutano lo spettatore a capire la genesi di un vestito, il suo essere più o meno *vintage* o creato *ad hoc*, la sua pertinenza con la storia. Per fare un unico esempio, dal paratesto di Janie Bryant di 5X1,<sup>84</sup> quando Megan fa il famoso ballo cantando *Zou Bisou Bisou* per la festa di compleanno di Don a casa loro, si apprende che il minivestito nero che indossa, completo di calze nere a rete e con il collo e i polsini decorati con dei cristalli, era uno splendido capo *vintage* le cui maniche pieghettate di chiffon si sono strappate più volte nel corso della scena.

Curiosità come queste aiutano lo spettatore a entrare «dietro le quinte», ma altri paratesti della AMC, contenuti negli *extra* e detti *Inside Mad Men*, offrono semplicemente «supporto» alle scene, spiegando le azioni dei personaggi, inserendo brevi clip della puntata, ma senza aggiungere nient'altro. Tra l'altro, la stagione quattro contiene delle clip antologiche degli episodi senza nessun commento, in pratica dei *recap*, e alcuni brevi video delle scene più significative della puntata (quest'ultimo è un aspetto tipico anche della settimana stagione).<sup>85</sup> Inoltre, gli *extra* non contengono affatto paratesti delle stagioni due e tre. La stagione sette è forse quella più fitta di paratesti, avendo anche dei brevi video antologici dedicati ai personaggi principali, e clip speciali dedicate, per esempio, all'addio degli attori alla serie,<sup>86</sup> ma senza ulteriori novità, come ad esempio la spiegazione delle tecniche di ripresa, presente solo quando Alan Taylor, direttore del *pilot* di *Mad Men*, in un paratesto della stagione uno parla dell'uso del *dolly* anziché della *steadycam*.<sup>87</sup>

Un'altra parte che è rimasta sul sito ufficiale della AMC è quella esplicativa dei principali personaggi del cast, senza video, corredata di sole foto:<sup>88</sup> come è prevedibile, la AMC è molto attiva soprattutto sui prodotti «nuovi» del canale, come l'undicesima (e ultima) stagione di *The Walking Dead*, andata in onda dal 22 agosto 2021, per la quale essa ospita anche una vivace attività di *merchandising*, mentre trascura serie come queste che possono essere considerate «datate», in quanto finite sei anni fa.

<sup>82</sup> <<https://www.amc.com/shows/mad-men/exclusives/cocktail-guide>>, ultimo accesso: 18 aprile 2021.

<sup>83</sup> <<https://www.amc.com/shows/mad-men/exclusives/companion>>, ultimo accesso: 7 agosto 2021.

<sup>84</sup> *A Little Kiss (Part 1)*, titolo italiano *Un piccolo bacio: Parte 1*. Il link del paratesto in cui parla la Bryant è <<https://www.amc.com/shows/mad-men/videos/janie-bryant-on-costumes-in-the-season-5-premiere-inside-mad-men--11547>> (ultimo accesso: 11 agosto 2021).

<sup>85</sup> Per fare due soli esempi, si vedano <<https://www.amc.com/shows/mad-men/videos/talked-about-scene-episode-413-mad-men-don-breaks-the-news-to-betty--11543>> (ultimo accesso: 10 agosto 2021), che ripropone la scena in cui Don dice a Betty che si risposa (4X13, *Tomorrowland*, titolo italiano *Guardare al futuro*) e l'antologia dei momenti più importanti, sostanzialmente un *recap*, sempre di questo episodio, presentata in <<https://www.amc.com/shows/mad-men/videos/highlights-episode-413-mad-men-tomorrowland--11545>> (ultimo accesso: 10 agosto 2021).

<sup>86</sup> <<https://www.amc.com/shows/mad-men/videos/farewell-to-mad-men--11651>> (ultimo accesso: 10 agosto 2021).

<sup>87</sup> <<https://www.amc.com/shows/mad-men/videos/creating-the-pilot-inside-mad-men--11356>> (ultimo accesso: 11 agosto 2021).

<sup>88</sup> Per comodità si cita la pagina relativa a Don Draper: <<https://www.amc.com/shows/mad-men/cast/don-draper--48875>> (ultimo accesso: 11 agosto 2021).

Una parte che invece è andata del tutto perduta è quella che veniva ospitata nel forum *Talk*: utilizzato con valore esplicativo e di approfondimento, per esempio alla pagina 39 conteneva informazioni sull'assassinio di Martin Luther King e sul film *The Graduate*,<sup>89</sup> di cui si fa menzione in 6X6,<sup>90</sup> e per questo citato nel forum del sito.<sup>91</sup> Debarchana Baruah, appunto, dice che negli anni in cui *Mad Men* era in onda, la AMC rilasciava una serie di brevi *blogpost* dal titolo "1960s Handbook", che contenevano informazioni paratestuali su argomenti storici, come l'assassinio di Martin Luther King o la *Convention* democratica del 1968 e le rivolte, avvenute sempre in quell'anno.<sup>92</sup>

Sempre sul sito ufficiale della AMC era anche presente un'applicazione chiamata *Mad Men Yourself*, grazie alla quale ognuno poteva crearsi il proprio *avatar* vestendosi in linea con lo stile della serie per rappresentarsi negli ambienti virtuali: Attilio Palmieri ne parla nel 2014,<sup>93</sup> ma ad oggi se ne ha traccia su [www.amc.com](http://www.amc.com) solo in una pagina non più attiva.<sup>94</sup>

## 8. L'attività della AMC anche su altri canali online

Comunque, la AMC ha anche un canale YouTube dove posta, oltre a molti extra presenti sul suo sito ufficiale, anche altri video: all'8 agosto 2021, la sua *playlist*, aggiornata al 23 giugno 2021, ne registrava 175, con delle sezioni tematiche come «Janie Bryant on Costumes», ripresa quasi pedissequamente dagli *extra* del sito ufficiale AMC, «Inside *Mad Men*», per cui si può dire praticamente la stessa cosa, scene antologiche «Talked About Scene», che appunto sono delle clip dei momenti più significativi degli episodi, anche questo tratto non originale rispetto al sito ufficiale AMC, e «*Mad Men* Tributes», che invece è originale, riportando molti giudizi di fan, oltre che di persone famose.<sup>95</sup>

Esiste anche un sito, [www.madmenfancut.com](http://www.madmenfancut.com), a cui rimanda qualche video della AMC presente su YouTube, ma al 28 agosto 2021, cliccandoci sopra, si arriva direttamente a [www.amc.com](http://www.amc.com), non aggiungendo pertanto niente di nuovo. Invece, un video lungo circa 47 minuti, dal titolo *Mad Men: The Fan Cut*, presente sempre su YouTube nella *playlist* della AMC citata sopra, contiene il montaggio di una serie di clip postate dai fan in relazione alla prima puntata di *Mad Men*: si tratta di una commemorazione per il finale dello show datata al 14 maggio 2015, che ha avuto 23.154 visualizzazioni.<sup>96</sup> Qui, anche se

<sup>89</sup> Titolo italiano: *Il laureato* (1967), per la regia di Mike Nichols e con Dustin Hoffman.

<sup>90</sup> *For Immediate Release*, titolo italiano *Due agenzie, un'idea*.

<sup>91</sup> <<https://www.amc.com/shows/mad-men/talk/page/39>> (pagina non più consultabile al 17 agosto 2021).

<sup>92</sup> Baruah, *op. cit.*, pp. 141-142.

<sup>93</sup> Attilio Palmieri, *Mad Men: contesto, stile, brand*, in *America oggi. Cinema, media, narrazioni del nuovo secolo*, a cura di Giulia Carluccio, Torino, Kaplan, 2014, pp. 291-313. Comunque, già al 18 ottobre 2021, tutte le attività paratestuali del sito della AMC sono scomparse (è possibile lo *streaming* degli episodi di *Mad Men* tramite <[www.amcplus.com/mad-men](http://www.amcplus.com/mad-men)>), e sono visibili solo attraverso il sito <<https://webarchive.org>> digitando i link della AMC in questione. Ovviamente, anche tutte le pagine del sito della AMC non più disponibili citate in questo articolo sono visitabili tramite <<https://webarchive.org>>.

<sup>94</sup> Si veda <<https://www.amc.com/shows/mad-men/exclusives/interactive-features-2>>: la pagina, che contiene una finestra dedicata a quest'iniziativa, rimanda a <<https://www.amc.com/shows/mad-men/mad-men-yourself>>, link che non è più attivo (ultimo accesso: 28 agosto 2021).

<sup>95</sup> Desumo questi dati, rielaborandoli, da Baruah, *op. cit.*, p. 141. Per avere una panoramica più aggiornata di questa *playlist* si può vedere <<https://www.youtube.com/playlist?list=PL1etYmmm3WJ25w7t2A6pQ9V0XIVGIr7mP>> (ultimo accesso: 16 agosto 2021).

<sup>96</sup> <<https://www.youtube.com/watch?v=X9UVZjvmbw>> (ultimo accesso: 31 agosto 2021).

«dall'alto», si crea parzialmente quella cultura partecipativa che vede produzioni *grassroots*, costituendo un interscambio tra utente e *producer*, il *prosumer* appunto.

Molto «prolifico» è poi Matthew Weiner nelle sue interviste su YouTube, dove la sua playlist più consistente numericamente annovera ben 62 video, ed è quella più aggiornata (13 settembre 2021).<sup>97</sup> Si è deciso di citarla poiché è un prodotto *top-down*, in quanto non prodotta direttamente dai fan e comunque contenente una voce istituzionale, come quella del creatore della serie, che parla di *Mad Men* e non immagina, sui personaggi, interazioni o commenti più o meno valutativi, più o meno fittizi, come fanno appunto di solito i fan.

Sempre la AMC ha un account Twitter ufficiale, Mad Men (@MadMen\_AMC) / Twitter, la cui data di iscrizione è al maggio 2009, mentre gli aggiornamenti arrivano al 19 agosto 2021, quindi sono molto recenti (5.639 tweet complessivamente, per un totale di 178.058 *follower*).<sup>98</sup> Esiste anche un account Twitter non ufficiale dei fan di *Mad Men*, [https://twitter.com/Mad\\_Men](https://twitter.com/Mad_Men), che annovera l'iscrizione all'agosto 2008, ma il cui ultimo tweet è del 29 agosto 2015 (sono 2087 in tutto, con 21.270 *follower*):<sup>99</sup> esso espressamente dice che non ha alcuna affiliazione con la AMC.

Se l'account Twitter ufficiale della AMC risulta più aggiornato e ha più tweet, occorre notare però che costituisce anche una vetrina per altri prodotti del canale televisivo: per fare un solo esempio, un tweet del 30 giugno corrente pubblicizza la serie *The Beast Must Die*, in onda sulla AMC dal 12 luglio 2021, in quanto interpretata da Jared Harris, l'attore che impersonava Lane Price in *Mad Men*.

Il canale televisivo americano, anche se con qualche eccezione, ha quindi, sui contenuti, un controllo «dall'alto» molto stretto, tanto che ha provato a cancellare addirittura alcuni account Twitter che erano stati spontaneamente creati dagli utenti e che rispondevano ai nomi di alcuni dei personaggi più importanti di *Mad Men*. Il fatto avvenne nel 2009, mentre stava uscendo la terza stagione, e a quell'epoca iniziarono a comparire su Twitter dei tweet postati dai personaggi della serie che erano dei *fake*, ma che però, nonostante questo, suscitavano una forte partecipazione tra i fan. Questo avvenimento, del tutto estraneo a produzioni «canoniche» da parte della AMC o di suoi affiliati, viene definito da Angela Maiello come un momento in cui il nucleo centrale del mondo narrativo di un ecosistema, che deve essere sufficientemente «iconico e riconoscibile»,<sup>100</sup> ma anche flessibile per permettere «l'adattamento della narrazione su nuovi formati e quindi anche la [...] relativa autonomia»,<sup>101</sup> assume una forma divergente, per cui ha permesso estensioni del tutto eterodosse e non previste nella progettazione stessa.<sup>102</sup>

La AMC ha anche una pagina Facebook ufficiale,<sup>103</sup> che ha totalizzato, fino al 26 agosto 2021, circa 2,460 milioni di like, e che rimanda soprattutto al sito ufficiale del canale televisivo. La pagina è aggiornata al 19 agosto 2021, ma il post è un semplice *promo*: nel post precedente, del 19 luglio, si ricorda che 14 anni prima aveva fatto la sua prima comparsa Don Draper, mentre il 30 giugno 2021 viene pubblicizzata, in concomitanza con il tweet su Twitter di *AMC Official*, *The Beast Must Die* con Jared Harris. Comunque, anche se la

<sup>97</sup> <(222) Matthew Weiner - YouTube> (ultimo accesso: 17 ottobre 2021).

<sup>98</sup> Ultimo accesso: 26 agosto 2021.

<sup>99</sup> Ultimo accesso: 26 agosto 2021.

<sup>100</sup> Maiello, *op. cit.*, p. 140.

<sup>101</sup> Ivi, pp. 140-141.

<sup>102</sup> Ivi, p. 141.

<sup>103</sup> In realtà le pagine Facebook sarebbero due: si tratta di <<https://www.facebook.com/search/top?q=mad%20men%20official>> e di <<https://www.facebook.com/search/top?q=mad%20men%20AMC>>: entrambe rimandano sempre a post ufficiali della AMC, ma per comodità si è deciso di esaminare solo la prima.

pagina Facebook ufficiale di *Mad Men* contiene dei contenuti promozionali, a differenza dell'account Twitter ufficiale della AMC, contiene molti post che risalgono all'incirca al periodo in cui la serie era ancora in onda, e quindi testimonia come purtroppo parlare di fiction tanto distanti nel tempo risulta qualche volta fortemente limitante. Vi sono poi numerose pagine Facebook non ufficiali di *Mad Men*, su cui però si è deciso di non soffermarsi.

Anche su Instagram c'è un account ufficiale della AMC su *Mad Men* con 70,6 mila *follower* e 161 post,<sup>104</sup> il primo dei quali risale al 12 novembre 2012, mentre l'ultimo commento all'ultima immagine postata il 15 aprile 2019 è del 16 febbraio 2021. Questo è un *social media* molto recente (è stato fondato nel 2010), posteriore all'inizio della serie, e quindi meno significativo degli altri presi in esame in precedenza, perché inizia quando *Mad Men* in America era già alla sua quarta stagione (2010), che esce in Italia tra il 2010 e il 2011. Tuttavia, i commenti appaiono aggiornati all'anno in corso, segno, questo, del fatto che Instagram è vitale anche in tempi recenti.

## 9. Conclusione

Risulta impegnativo fare un'analisi, seppure non esauriente, del «prodotto» *Mad Men*: esso è stato accostato a generi come il romanzo e il film e ha numerosi richiami intertestuali. Quello che si è cercato di fare in questo saggio è una disamina del suo stile cinematografico, del tempo e dello spazio, passando cursoriamente sui personaggi della fiction, in quanto per loro si può parlare più di uno *showing* che di un *telling*: questo fatto è stato notato da molti, sia pure con le debite differenze, e pertanto non costituisce una novità. Il tempo e lo spazio (quest'ultimo insieme agli arredi di scena) possono essere considerati anch'essi come «personaggi», in quanto agiscono, partecipano alla trama, che non prosegue, narratologicamente, per un vero e proprio passaggio da A a B (con eventuali peripezie in mezzo) come in *action movie* o in fiction come *Lost*, dotati di *cliffhanger*, ma per una *multiplot narrative* di lunga durata.

Oltre a questi elementi, si sono esaminate alcune espansioni transmediali della serie, ma il lavoro ha avuto forti limiti poiché la AMC e le sue attività ufficiali sui canali *online* allo stato attuale si sono notevolmente ridotte per quanto riguarda il suo sito ufficiale, che invece era attivo fino al 2018, anno in cui la Baruah ha consultato molte pagine non più presenti. Uno studio come questo che esamina le espansioni transmediali *top-down* come quelle della AMC è, ovviamente, per definizione, limitato, in quanto non prende in considerazione la produzione dal basso, ma lo è ancora di più se non ha il materiale da esaminare che, secondo le testimonianze, era veramente ricco e accattivante. Purtroppo solo sei anni sono un tempo siderale per la vita di un ecosistema narrativo: quello che ho cercato di fare è andare a vedere ciò che ne rimaneva. Non è molto, ma comunque è stato sufficiente per farsi un'idea.

<sup>104</sup> <[https://www.instagram.com/madmen\\_amc/](https://www.instagram.com/madmen_amc/)> (ultimo accesso: 29 agosto 2021). Inutile dire che anche qui ci sono molti *account* non ufficiali.