SENZA CATEGORIA

# Un nuovo inizio

## *Mad Men* di Matthew Weiner.

di *Angela Maiello* — 3 Agosto 2020

La sagoma di Don Draper si staglia in controluce, mentre il sole sta per sorgere e il suo sguardo si rivolge all'aperto dell'Oceano Pacifico. La macchina da presa, nel suo lento movimento, si sofferma sui compagni di meditazione di Don, che sembrano come delle controfigure di quei personaggi che abbiamo conosciuto nel corso delle sette stagioni. Mentre la macchina da presa si sofferma sui volti di ognuno di loro, le parole del guru scandiscono la fine: «**Il nuovo giorno porta nuova speranza, le vite che abbiamo condotto e quelle che dobbiamo ancora condurre. Un nuovo giorno, nuove idee, un nuovo te**». L'inquadratura zooma sul volto sorridente di Don Draper e, al secondo tintinnio di campanello, insieme all'*Om* cominciano le prime note della canzone dello spot della Coca Cola (*I'd Like to Teach the World to Sing*), che, dopo l'alternanza tra il volto di Don e quello di una attrice dello spot, occuperà interamente lo schermo nel formato quadrato dell'immagine dell'epoca.

Quello di *Mad Men* è uno dei finali più potenti e riusciti della storia della recente storia delle serie tv, e forse lo è proprio perché va oltre le regole della serialità. Le serie, per le caratteristiche intrinseche al formato, si basano su una dinamica di continua reiterazione della narrazione finalizzata all'arricchimento del mondo del racconto. **Il**

**processo di serializzazione, che garantisce l'efficacia e la godibilità della serie, funziona fino a quando questo circolo virtuoso tra mondo e narrazione sussiste**. Proprio in virtù di tale dinamica nessun finale può narrativamente tradurre e condensare la ricchezza di un mondo e da ciò deriva quel ben noto sentimento di frustrazione che accomuna molte esperienze di *series finale*.

Weiner sembra padroneggiare con assoluta sicurezza questo meccanismo e infatti **sceglie per *Mad Men* un finale che va oltre la narrazione e lascia lavorare l'immagine**. Anzi le immagini: quella del racconto seriale e quella storica, televisiva. Lo spot della Coca-Cola non serve solo a contestualizzare, per la prima volta in modo esplicito, la storia di Draper nella Storia degli Stati Uniti, attraverso la pubblicità di uno dei suoi marchi più noti – per altro realizzata proprio dall'agenzia "McCann Erickson", che nella finzione aveva acquisito "Sterling Cooper and Partners". Lo spot, con tutte le contraddizioni che porta con sé – innanzitutto quella del rapporto tra creatività e capitalismo – segna l'inizio di una nuova era per l'America, molto diversa da quella che *Mad Men* ha raccontato e che sembra ormai definitivamente tramontata.

**Un nuovo giorno, dunque, sta per iniziare. E in quel montaggio finale così potente, in quel cortocircuito tra realtà e finzione, in cui proprio questi due termini vengono in fondo problematizzati, si mescolano immaginari e forme di vita, mondi e utopie, si condensa tanto il senso del racconto, quanto il meccanismo profondo del dispositivo seriale, in una sovrapposizione autoriflessiva tra il racconto e il formato**.

*Mad Men*, nella forma narrativa della celebrazione nostalgica del passato, ricostruisce il mondo in cui la cultura della serializzazione industriale prende forma, lavorando riflessivamente, attraverso la chiave narrativa e figurativa della creatività, proprio sul rapporto tra ripetizione e innovazione. **E questo tema si incarna nella figura del suo protagonista**: *Mad Men* è la storia dell'inizio che ritorna, di un uomo che si ritrova sempre su una soglia, che a New York trova una nuova identità, un nuovo inizio per la propria vita, pur non riuscendo ad accoglierla mai fino in fondo, rimanendo nella continua ricerca di qualcosa di nuovo (o forse più propriamente di qualcosa del passato) in cui riconoscersi. Ed è proprio in questa dinamica tra riconoscimento e novità, tra apertura e chiusura che il racconto seriale si dipana, proiettandoci potenzialmente in un nuovo inizio sempre a venire, fino alla fine.

Il finale di *Mad Men* è **la celebrazione di questo meccanismo vitale,** di cui il dispositivo seriale si è appropriato, e di un racconto che ha saputo tradurre in narrazione questa tensione vitalistica, un racconto singolare e universale, privato e collettivo allo stesso tempo, un racconto la cui Storia non è ancora finita.

Mad Men. Ideatore: Matthew Weiner; interpreti: Jon Hamm, Elisabeth Moss, Vincent Kartheiser, January Jones, Christina Hendricks; produzione: Lionsgate Television, Weiner Bros, American Movie Classics (AMC), U.R.O.K. Productions. Origine: USA; anno: 2007-2015.