

A cura di Costanza Jesurum

Maschile Femminile, Animus e Anima del soggetto
novecentesco: su *Mad Men*
Costanza Jesurum*

Riassunto

Il cinema prima e la televisione poi hanno offerto rappresentazioni simboliche pregne di significato in opere che non di rado sono poi arrivate alle stanze di analisi, che sono state raccontate dai pazienti, come se fossero proprie rappresentazioni oniriche. Riprendendo la storia dell'ermeneutica analitica sulla decodifica di film e prodotti televisivi, l'autrice offre una lettura psicologico analitica della serie *Mad Men* andata in onda per la prima volta in USA dal 2007 al 2015 e poi trasmessa in tutto il mondo, ottenendo un tale successo di pubblico e di critica, da arrivare a incidere su moda e costume. La serie è interpretata come una variante piuttosto singolare di "viaggio dell'eroe" dove i protagonisti incarnano declinazioni archetipiche, e parti simboliche della psiche collettiva, con una particolare attenzione a un momento storico che ha implicato un cambiamento profondo nei modi di vivere di pensare e di essere in relazione.

Parole chiave: *Mad Men, viaggio dell'eroe, Animus e Anima, serialità televisiva, industria culturale.*

* Psicologa analista AIPA. Svolge attività clinica con adulti e adolescenti, con un particolare attenzione alle tematiche di genere, e della violenza di genere. Dal 2023 è membro della redazione di *Studi Junghiani*. Ha pubblicato diversi libri, tra cui *Il corpo in questione. Per una psicologia del sesso* (Milano: Ponte alle Grazie, 2023) e *Violenze di genere. Prevenire, comprendere, curare* (Milano: Ponte alle Grazie, 2025). Collabora con diversi periodici e testate.

Via Odoardo Beccari 14, 00154 Roma. E-mail: costanzajesurum@yahoo.it

Studi Junghiani (ISSNe 1971-8411), vol. 34, n. 1, 2026
DOI: 10.3280/jun63-2026oa23149

Abstract. *Masculine and Feminine, Animus and Anima in the 20th-century subject: on Mad Men*

Cinema first, and later television, have offered symbolic representations rich in meaning-works that frequently found their way into the consulting room, recounted by patients as if they were their own dream imagery. Drawing on the history of psychoanalytic hermeneutics regarding the interpretation of films and television programs, the author offers a psychoanalytic reading of the series *Mad Men*. First aired in the USA between 2007 and 2015 and subsequently broadcast worldwide, the show achieved such critical and popular acclaim that it even influenced fashion and social mores. The series is interpreted as a rather unique variation of the “hero’s journey”, in which the protagonists embody archetypal manifestations and symbolic aspects of the collective psyche, with a particular focus on a historical period that brought about profound changes in ways of living, thinking, and relating to others.

Key words: *Mad Men, the hero’s journey, Animus and Anima, television series, the cultural industry.*

I Prodotti dell’industria culturale nelle stanze di analisi

Idealmente, quando i nostri pazienti in terapia ci raccontano di un libro, di un film, di una serie televisiva che li ha impressionati, noi dovremmo riuscire a reagire sempre come magici elfi provenienti da un mondo sconosciuto, simulando di ignorare le narrazioni che il paziente ci porta, fino ad arrivare innocenti e stralunati a commenti bizzarri come – *ah... questi Promessi Sposi ne ho un vago ricordo... ah sì mi dica di più di questo Dante Alighieri!* E quando i nostri pazienti ci parlano di film e serie televisive che stanno infiammando il dibattito pubblico, le pagine dei giornali e i banconi del bar, noi analisti teoricamente dovremmo rispondere, *ah sì ne ho sentito vagamente parlare... mi dica di più!* – Non ci riesce sempre a dire la verità, a volte anche noi abbiamo discusso con pathos col nostro barista di fiducia su quel film appena uscito, e in diverse occasioni addirittura diventa più utile costruire alleanze terapeutiche su comuni orizzonti culturali – ma passare per scemi o stralunati alfieri di altri mondi – ha una sua utilità.

Tutto quel che cade nella stanza di analisi ha infatti significati profondi nella vita del paziente e quando un paziente ci vuole parlare di un film o di una serie tv che lo ha colpito, ci sta fornendo qualcosa di molto prezioso, simile a un sogno. Il prodotto culturale che lo colpisce infatti per un verso lo ingaggia sul piano cosciente, perché nella trama rievoca un’esperienza privata che ha vissuto, perché nei protagonisti si è identificato, perché la soluzione narrativa che quell’opera propone lo sollecita a pensare alle sue

soluzioni esistenziali ed empiriche. Ma a un secondo livello, il prodotto culturale è un insieme di elementi simbolici che lo rappresentano, che rievocano un mondo interno suo, della comunità a cui appartiene fino a un livello ancora più collettivo e profondo. Questo nelle nostre sedute, ci può legittimare ad avventurarci nella decodifica di un romanzo o di una serie televisiva come se fosse un sogno, chiedendo associazioni e rimandi, che ci potranno portare all'inconscio personale del nostro assistito, all'inconscio culturale a cui appartiene lui e la sua comunità e in qualche fortunato caso – all'inconscio collettivo – quando cioè in una certa opera dell'industria culturale, un personaggio sembra potersi rivelare come declinazione di una certa figura archetipica. Questo spiega perché nel contesto analitico, la nostra plateale ignoranza in merito agli oggetti narrati può aiutare a non sporcare le associazioni, a non creare pericolose e distorti compiacenze.

Dal nostro punto di vista i grandi prodotti pop dell'industria culturale devono il loro successo alla loro capacità di mettere in campo simbologie psichiche comuni alle esperienze interne di più persone. Soprattutto le arti visive, il cinema, le serie televisive, che si strutturano per immagini come per immagini funziona la nostra vita inconscia e onirica, hanno la capacità di agganciare i nostri mondi interni. Analizzare allora i grandi prodotti di successo dell'industria culturale, può diventare qualcosa di molto utile per noi, per la nostra esperienza professionale e, in particolare, analizzare i grandi prodotti della cultura pop diventa interessante, i prodotti di larga diffusione, di grande successo – perché quel grande successo è come dire – la prova di una notevole capacità simbolica – di una natura mitopoietica. Da un punto di vista psicologico analitico cioè un prodotto culturale largamente diffuso è qualcosa che si è reso capace di illuminare oggetti che sono nella psiche di molti.

Per buona parte del Novecento questa funzione narrativa e simbolica delle arti visive è stata svolta dal cinema: larghe fette della popolazione andavano a vedere i film nelle sale, fruendo cioè di un prodotto che insieme aveva la capacità di proporre un linguaggio capace di raggiungere strati sociali diversi e culture diverse, e allo stesso tempo di fornire storie, metafore e contenuti che erano altamente sofisticati, con rimandi complessi e che nel tempo erano riusciti a essere considerati prodotti artistici a tutti gli effetti. L'esperienza cinematografica conservava qualcosa di incredibilmente magico e paradossale: ci si chiude in una sala buia, si guarda la riproduzione della rappresentazione di una storia che è recitata, con persone che sono cioè travestite da altre persone, che simulano comportamenti che non sono propri, in ambienti che sono spesso ricostruiti, copiati dal reale e non dunque reali, ma che come osservò per la prima volta Christian Metz (1980) fanno qualcosa che è sempre reale, che non è mai finzione: il movimento non è mai finzione di

movimento, e l'osservazione di quell'unica azione che non rimanda ad altra verità che non a se stessa è davvero la chiave di volta di un aggancio psichico. Il movimento è sempre reale e nella realtà del movimento passa la forza dell'identificazione.

Quell'aggancio di cui parla Metz, ha funzionato anche con la televisione anche se al suo esordio, per quanto diventasse sempre più diffusa, non ha davvero scalzato il cinema dal suo ruolo. Ha condizionato i costumi, ha creato nuovi bisogni, ha lavorato anche sul linguaggio e sui modi di parlare delle persone, ma per molto tempo non ha fornito narrazioni simboliche che potessero competere con la produzione cinematografica. Fino a tutti gli anni Ottanta, era molto raro che nello studio di un analista qualcuno raccontasse qualcosa di una serie televisiva, mentre era molto più frequente che qualcuno riportasse la trama di un film. Parimenti, era diffusa la convinzione che all'interno della televisione, non potessero nascere prodotti di cultura alta, apprezzabili come si apprezza un film d'autore o un grande romanzo. Alla larga fruizione dei prodotti televisivi sembrava corrispondere principalmente un'offerta narrativa e culturale, bidimensionale, basica, semplificata – con strutture ricorsive talmente asfittiche, che anche il baluginare delle figure archetipiche rimaneva fortemente circoscritto. Nelle serie televisive, le soap opera, bionde angeliche venivano tradite da mariti incerti a vantaggio di more pessime, che spesso per esiguità di fondi, si rivelavano essere parenti di primo grado.

Qualcuno ricorderà le meravigliose gag di Chiquito e Paquito, dove in una stanza molto disadorna, seduti a un tavolo mestamente uno dice all'altro: devo dirti una cosa: tua moglie, è tua sorella.

L'evoluzione della serialità televisiva è molto complicata, e risente di tanti passaggi culturali e tecnologici importanti, che qui non possiamo ripercorrere, tuttavia è utile sottolineare, come ricorda Brett Martin (2013), che il vero momento di svolta per la produzione televisiva è stato l'ingresso delle tv via cavo a pagamento, in America, che ha determinato una svolta sostanziale negli stili produttivi. Con l'ingresso delle cable tv, che differiva da quella generalista perché la si otteneva grazie a un abbonamento separato, l'industria culturale statunitense, avviava una significativa trasformazione nell'offerta di programmi. Se prima bisognava mettere in campo qualcosa che potesse piacere a tutti, adesso si dovevano mettere in campo programmi che potessero essere interessanti per dei potenziali acquirenti, per delle nicchie di mercato, e che simultaneamente quindi fossero più sofisticati ma minimizzassero i costi di produzione. Per venire in contro a queste necessità cessarono di esistere gli sceneggiati infiniti, con episodi di breve durata, e cominciarono ad apparire sullo schermo, serie televisive, di durata contenuta (ogni stagione arrivava a massimo circa 14 episodi) ma con una durata più

lunga di ogni singolo episodio (un'ora, due ore contro i tradizionali 30 o 40 minuti). Questo spazio diverso però permetteva più azzardi estetici, più sperimentazioni e rischi narrativi. Simultaneamente in quegli anni i primi grandi produttori televisivi, avverte sempre Martin, coglievano l'importanza della qualità della buona scrittura, cominciarono a valorizzare gli autori e dunque si preparò il terreno per la nascita di alcuni grandi e nobili prodotti culturali, che a breve sarebbero diventati un nuovo oggetto pubblico. Con la cable tv arrivarono le serie che sono poi diventate molto note e molto discusse, perché oltre ad avere la struttura avvincente e vincolante della serialità, presentavano scelte di regia sofisticate, sceneggiature brillanti e polisemiche, e insomma vantavano tutte le caratteristiche di un prodotto di qualità. Sul crinale del cambiamento uscì *E.R. – Medici in prima linea*, la prima i cui episodi erano affidati a importanti firme della regia, ma poi vennero i grandi capolavori: *I Soprano*, *The Whire* e appunto *Mad Men*.

Gli intellettuali cominciarono a parlare di serie televisive, come fino a quel momento avevano parlato di romanzi, e le persone cominciarono a vedere in questi nuovi prodotti, che mostravano tante letture possibili e diventavano oggetti simbolici importanti, contenuti complessi che poi avrebbero riproposto nelle stanze di analisi.

Mad Men è stata una delle serie più importanti e con maggior risonanza mediatica e culturale.

L'arrivo di *Mad Men* nell'industria culturale

All'inizio degli anni 2000 la casa di produzione regina delle cable tv era HBO, che aveva inventato prodotti rivoluzionari come *Sex and the City* e *I Soprano*. Ma a un certo punto il suo Gotha dirigenziale si era come assopito, addormentato sugli allori dei successi perseguiti, ed era potuto succedere che quando Matthew Weiner aveva presentato la sceneggiatura del suo progetto nel cassetto, fosse ignorato e non avesse risposta. In quel periodo però un'altra piccola televisione via cavo, AMC – che sopravviveva trasmettendo film a basso costo e documentari sulla storia del cinema –, stava cercando qualcosa di nuovo, qualcosa che la imponesse a un livello diverso sul mercato, e che potesse essere davvero antagonista alla nave ammiraglia. In quella circostanza Matthew Weiner fu ascoltato e *Mad Men* trovò una casa.

Weiner era un intellettuale affascinoso, stimato, temuto, subito. Già testa di serie tra gli autori de *I Soprano*, proveniva da una famiglia di importanti ebrei intellettuali di New York, in cui genitori molto affermati socialmente erano molto esigenti verso la prole, non esattamente calorosi e accudenti, e mentre Metthew esitava incerto tra gli studi di filosofia e quelli per diventare attore

– i suoi fratelli erano già avvocati d’assalto. Era un uomo che aveva conosciuto molto bene le venature romantiche e quelle spietate di un certo ambiente: le richieste narcisistiche, le freddezze fuori luogo, le ambizioni, le frustrazioni, le consolazioni dell’estetica e quelle della carne. Con *Mad Men* allora aveva progettato una serie ambientata negli anni Sessanta e, come lui stesso ebbe a dichiarare in un’intervista, anche un prodotto che scandagliasse lo scintillante e faticoso mondo in cui erano stati giovani i suoi genitori. In particolare, Weiner era epistemologicamente ammaliato da una contraddizione: in quegli anni in cui poteva trionfare una grande estetica, una grande eleganza la vittoria del codice americano tramite il lusso, la società era pervasa da una patologia sottesa, da una infelicità serpeggiante, angosciante, tumorale da cui in fondo non era ancora guarita. L’ostentato saper vivere del mondo WASP era intessuto da psicologie autodistruttive, relazioni piene di sofferenza, incomprensioni, frustrazioni immensi, e il suo lavoro cercava di riportare alla luce quella patologia collettiva, di renderla evidente, e di farcela vedere. Allo stesso tempo poiché le differenze tra l’ora e l’allora erano molto meno nette di quanto ogni spettatore tendesse a sperare, Weiner parlando del passato diceva cose molto gravi sul presente, non soltanto in termini di patologie individuali, ma anche in termini sociali e più largamente politici: *Mad Men* racconta del razzismo di allora – e di oggi, del classismo di allora e di oggi, e soprattutto del maschilismo di allora e di oggi, con un grado di consapevolezza e di sanzione morale che non aveva precedenti nella serialità televisiva.

Allo scopo aveva deciso di ritrarre le vicissitudini di una agenzia pubblicitaria di grande successo a New York, negli anni compresi tra il 1960 e il 1970, dove personaggi – tutti nel complesso molto belli ed eleganti – ripresi nelle loro abitazioni spesso altrettanto belle ed eleganti, si intossicavano in vario modo, soffrivano e cercavano con più glamour possibile di portare avanti le loro tragedie private. L’effetto sul pubblico fu dirompente e il successo planetario. La serie era molto attraente, maniacalmente curata, con una grande capacità erotica – per cui non solo AMC la vendette a tutto il mondo, ma innescò interessanti fenomeni di costume: nella moda per un periodo ritornarono le giacche strutturate per gli uomini e certi vestiti e occhiali da sole per le donne, gli arredi anni Sessanta tornarono sulle riviste di arredamento, e l’*old fashioned*, il drink che il protagonista Don Draper beve spesso da solo o in compagnia, divenne di nuovo molto richiesto nei bar e nei pub.

A quel punto *Mad Men* divenne argomento di sofisticati saggi accademici, o tema di corsi monografici nelle università.

Da un altro punto di vista però, i personaggi che la animavano erano tutti psicologicamente malridotti, e moderatamente consapevoli di se stessi. Come diversi critici hanno rilevato – a un certo punto si è scoperto che per

la costruzione di trame della serialità televisiva sofisticata la psicopatologia risultasse molto più funzionale della salute mentale. Già con *E.R.* si erano cominciati a vedere i vantaggi di una buona diagnosi – quando l'incurato narcisismo di uno dei personaggi più accattivanti, il Dottor Ross (George Clooney agli esordi), gli impediva di avere una relazione sensata con una donna di una durata ragionevole, così come l'ansia generalizzata dell'amatissimo Tony Soprano lo portava ad essere il singolare caso di un mafioso che soffre di attacchi di panico e va in terapia, ora avevamo i personaggi di *Mad Men*: che non solo per buona parte erano troppo malridotti per riuscire a tenere in piedi un matrimonio, permettendoci così di intrattenerci in deliziosi plot secondari con nuovi amanti, bellissimi, uomini o donne che fossero – ma altrettanto autodistruttivi – ma potevamo anche vedere le interazioni con le famiglie di origine, toccare con mano le loro madri anaffettive, i loro padri inadempienti, gli accudimenti infelici fino ai comportamenti abusanti. Così ci si trovava davanti a un branco di mascalzoni a cui non si poteva fare a meno di affezionarsi, e allo stesso tempo di capire perché erano così mascalzoni, e che ci procuravano di puntata in puntata molto più divertimento di quanto potesse fare una persona con un attaccamento sicuro e una madre sufficientemente buona. Gente che si sposa, fa i figli, si sa tenere un lavoro, non si ubriaca davanti al capo, non manda all'aria la propria azienda e, pur troppo, non ha una doppia personalità.

Che noia che barba, che barba che noia.

Una lettura junghiana delle serie televisive

Per molto tempo la critica accademica degli oggetti dell'industria culturale ha utilizzato due tradizioni ermeneutiche che vengono dall'esperienza analitica. Con la tradizione di marca più squisitamente freudiana e post-freudiana ha interpretato le intenzioni dei protagonisti delle trame, spesso andando anche a scomodare le vicende della vita privata degli autori. Con gli strumenti dello sguardo junghiano ha invece decodificato il senso delle trame, rintracciando il processo di individuazione di un soggetto collettivo nei passaggi nodali e negli intrecci. Se per il primo tipo di sguardo l'ispirazione è derivata dalla volgarizzazione della ricerca psicoanalitica e psicologica e dalla sua divulgazione in termini piuttosto generici e aspecifici, per il secondo gruppo di osservazioni due libri sono stati un punto di riferimento fondamentale: *L'eroe dai mille volti* di Campbell e l'ancora più noto *Il viaggio dell'eroe* di Christopher Vogler.

Secondo questo approccio le trame narrative sono l'espressione di un processo di trasformazione di un soggetto collettivo. Con questa prospettiva le

avventure, le sfide, i pericoli, gli amori, a cui va incontro il protagonista di una trama, sono momento di snodo della sua maturazione psichica, fasi del *bindungsroman* di un'entità che diviene soggetto simbolico, motivo per cui, queste trame che in questo senso catturano il processo di individuazione di ognuno di noi, diventano tanto importanti e attraenti, perché in qualche modo rievocano un'evoluzione che ci riguarda tutti.

Sotto questa luce, anche più recentemente sono state analizzate le trame tradizionali degli eroi del cinema – anche in lavori di italiani come per esempio quello di Forlai e Bruni (1998).

In questa luce quando allora l'eroe che nella maggior parte delle occasioni è connotato da elementi positivi – ossia descritto come buono, leale, coraggioso e per quanto nato in condizioni avverse mai eccessivamente problematico – attraversava delle vicende, sostanzialmente si trova in una costellazione di eventi che lo fanno scontrare con aspetti sconosciuti della propria vita psichica. Per fare degli esempi: l'incontro con l'amata diventa allora la scoperta della sua Anima, l'innamoramento e la frequentazione dell'amore simboleggiano la crescita psichica che porta l'eroe scoprire le risorse di un femminile interno trascurato, la sfida con un nemico cattivo e arrabbiato, andrà a rappresentare l'incontro con i suoi stessi aspetti di Ombra. Quando infine un personaggio in un film si troverà a fronteggiare una situazione di improvvisa precarietà provocata da un personaggio collaterale imprevedibile e irridimibile potremo pensare che l'eroe sta affrontando le sfide che il *Trickster* pone alla coscienza. Molti film bisogna dire, saturano questo schema, e le decodifiche di marca junghiana risultano abbastanza convincenti, anche nel complicato caso in cui, all'eroe senza macchia e senza paura, che ha popolato dall'*Orlando Furioso* a *Zorro* fino a *Indiana Jones*, si è sostituito sempre di più un antieroe, un *rugh hero* per usare la formula di Anne Eaton (2010): personaggi viziosi, pieni di difetti, dominati da interessi meschini, ma a cui imprevedibilmente ci si riconosce ugualmente e ci si affeziona. Anche questi scassati antieroi, insomma, possono fare il loro *viaggio dell'eroe*, e andare incontro a una graduale trasformazione interna, facendocela sperare anche per noi, come individui e come soggetto collettivo. E questo è particolarmente evidente in *Mad Men*, e nelle trame di tutti i suoi personaggi – che sono molti.

Qui ci concentreremo soltanto sulle vicissitudini di tre soggetti principali: Don Draper, Peggy Olson e Betty Draper.

Don/Dick - Betty/Peggy

Don Draper e Peggy Olson sono due pubblicitari. O meglio all'inizio della serie: Don è un brillante copywriter mentre Peggy è la sua polverosa e dimessa segretaria. All'inizio incarnano il maschile e il femminile del primo Novecento, nelle loro condizioni reali e nel loro reale potere relazionale. Don è il maschio alfa delle nostre antropologie occidentali, è il capobranco secondo Thorstein Veblen e certamente l'eroe secondo Vogel: non vince gli altri maschi con la forza fisica, in combattimenti e in gare di caccia, ma si guadagna il vertice della piramide con la creatività l'intelligenza e la capacità di fare soldi. Il suo potere è evidente perché ha oggetti che ne dimostrano lo status, macchine dispendiose, whisky pregiati e i gioielli di una moglie bellissima e molto annoiata. Ma Draper è anche l'eroe di tutto il cinema dei decenni precedenti, è bello della bellezza di quegli anni, e ha il carisma dei divi: fuma con distacco facendo battute sornione, e tutte queste cose insieme gli permettono di avere un grande successo con le donne. Tuttavia, a questa *Persona* di grande successo, corrisponde un mondo interno molto discordante e sofferente, che lo tortura e lo mette nei guai. A circa metà della prima stagione, si scopre che Don Draper in realtà è una falsa identità, in realtà si chiama Dick Whitman. Sua madre era morta quando lui era nato e Dick/Don era cresciuto con il padre e la matrigna, che insieme gestivano con pochi soldi e molta malagrazia una casa di tolleranza. Dick aveva avuto un'infanzia di abusi e maltrattamenti, e sul finire della guerra di Corea, aveva trovato il modo per prendere l'identità di un soldato morto, in modo da scappare per sempre dalla sua vecchia vita.

Nelle sette stagioni che compongono tutto *Mad Men* la trama principale della serie, riguarda la lunga lotta di Don per assecondare e sedare le richieste dell'abusato Dick, la lunga lotta per diventare un uomo nuovo urbano, elegante e novecentesco, e gli scacchi psichici che il Dick dentro di lui gli fa compiere: le cattiverie sul lavoro, gli autosabotaggi, e nel contempo il complesso rapporto con le donne, con cui evidentemente gioca la sua partita sospesa con la madre perduta, con il mondo delle prostitute che lo ha cresciuto, e che ha visto maltrattare violentemente dal padre. La vita di Don viene allora raccontata come una complicata spirale di successo e autodistruzione, che porta il nostro eroe a cadere sempre più in basso, a cercare donne da amare e deludere, fino a giocarsi tutte le occasioni relazionali più importanti, rovinare due matrimoni a cadere in un alcolismo assolutamente ingestibile, tanto da rischiare la perdita del lavoro. Nell'ultima puntata Don sarà completamente distrutto, ma toccando il fondo troverà un nuovo inizio – e la puntata finisce con la pubblicità della *Coca Cola*, la più famosa che conosciamo, con tutti che cantano il ritornello del marchio, e che la regia ci fa credere abbia

scritto lui. Una catarsi del protagonista, che è anche una catarsi dell'umanità del Novecento (in nome, toccherà dirlo, di un'idea piuttosto ottimistica di capitalismo): donne e uomini afroamericani cinesi e bianchi, che cantano insieme il loro desiderio di amore e di pace.

Peggy Olson compare nelle prime puntate come modesta segretaria di Don Draper. Per tutta la serie non avranno mai una relazione sessuale, ma tra loro crescerà un intenso affetto, e un'amicizia fondata su un senso di somiglianza psichica, e su una vicinanza reale. Quando Peggy arriva non è molto bella, non è molto elegante, all'inizio la provincia americana e la chiesa cattolica le stanno appiccicate addosso come una condanna. Viene da una famiglia modesta con una madre che poco la sostiene e poco la capisce. Attorno a lei infuria un modo pieno di sessismo ma anche di eros, e Peggy vi si muove impacciata e circospetta. Le colleghe sono allegre impegnatissime a divertirsi, molto brave a digerire le angherie di questo o quel capufficio, insieme ai superalcolici. Sono tutte più alte di lei, più aggraziate, con un apparente maggior diritto ad abitare il mondo. Tuttavia, trovandosi casualmente a dire la sua per una campagna pubblicitaria su un rossetto – Peggy comincia la sua ascesa come copy e nell'arco delle sei stagioni riuscirà a diventare la prima copywriter donna dell'agenzia, ad essere stimata e ad avere dei creativi sotto di sé.

Nelle prime puntate della prima stagione Peggy però conosce Pete Campbell un collega di lavoro, account manager, con cui ha una breve relazione – lui si sposerà con una signorina WASP adatta alla sua posizione sociale. Dal rapporto con Pete Peggy ha un figlio, che però lei abbandona – affidandolo alle cure della sua famiglia di origine, e allontanandosene. Nessuno saprà mai – salvo Don – della sua gravidanza. Il bambino di Peggy funziona narrativamente come la prima identità di Draper: entrambi hanno un segreto che diviene il centro nevralgico dell'identità negata, il nucleo a cui gli spettatori guardano e pensano seguendo Peggy nei suoi dolori e nei suoi movimenti, anche lei spinta da una forza oscura a uscire dalla propria matrice, ad andare in un altrove, di ambizione di potere, di diritto di esistere. Anche Peggy nelle sette stagioni fa la sua educazione sentimentale, e anche lei per una nevrosi di segno molto diverso da quella di Don attraversa diverse relazioni o tentativi di relazione che poi finiscono male. Ma bisogna dire, alla fine dell'ultima stagione, per lei abbiamo un happy end, e Peggy si ritrova in un amore sano, profondo, con il collega Stan Rizzo – con cui sono stati amici per molto tempo, anche se gli spettatori arguivano che c'era dell'altro.

In questo trittico di personaggi, la regia assegna non a caso il finale peggiore a Betty Draper, la moglie di Don. Betty è la figlia del secolo. Viene da una buona famiglia, è stata modella, poi ha sposato Don Draper con cui fa tre figli. Betty, che somiglia moltissimo come fisico e come postura a Grace Kelly, conduce una vita in apparenza inossidabile, con la bella casa poco

fuori New York, i bambini, la tata, le feste con i vicini e l'hobby del cavallo. Tuttavia non lavora, è profondamente annoiata, infelice e non riesce a trovare niente che la aiuti. Aveva una madre a cui era molto legata, ma che gli spettatori capiscono essere stata molto fredda, inaccessibile. Insicurezze e nervosi la rodono dall'interno, e mentre Betty cerca di placarle cesellando l'icona di se stessa come moglie perfetta, il rapporto con i figli peggiora gravemente, il matrimonio va a rotoli sotto le menzogne e i tradimenti di un marito che l'ha sposata con una falsa identità. Betty, in una lunga fase della serie, tenta anche un secondo matrimonio con un uomo più leale, più forte e stabile di Don, ma neanche lui riesce in realtà ad aiutarla e mentre la vita di Peggy tra fidanzati sbagliati, cadute e ricerca di carriera migliora, per cui diventa anche più piacevole più gradevole a vedersi, Betty peggiora, ingrassa, fa un'analisi freudiana che si rivela un fallimento. Sostanzialmente infelice – muore con un tumore.

Mad Men è un prodotto corale, e ci sono molte altre trame interessanti che potrebbero essere riproposte. Ma fermiamoci a questo trittico centrale.

Don Draper/Dick Whitman ha due identità e diciamo due donne molto importanti della sua vita. Come se avesse due *anime*, junghianamente parlando – o forse dovremmo dire, cose se *tentasse di avere* due anime. Betty la moglie è l'anima della sua identità di approdo. È il femminile perfetto che quel pubblicitario di successo e sicuro di sé vuole avere accanto e spera di tenere dentro di sé. Sono l'uno l'incarnazione dell'archetipo controsessuale dell'altro secondo le istanze di un certo momento storico. Se per Don Betty è la moglie d'America, bravissima nelle cene di lavoro a sfavillare senza essere troppo intelligente, meravigliosa nel salotto di casa la sera, Don è a sua volta il maschile interno che Betty spera di avere e che, in effetti, nella sua fragilità corrisponderebbe al suo *Animus*. È cioè un uomo forte, di successo, un leader. Entrambi però si reggono su una finzione, junghianamente si identificano con la loro *Persona*, si intrappolano nel falso se di un momento storico che sta cambiando velocemente e che abiurerà da un momento all'altro. Entrambi mentre recitano la parte degli americani di successo intaccano le loro relazioni più importanti, si intossicano di fumo e di alcol, ammortizzando nelle dipendenze l'angoscia di morte e di indegnità che li agguanta da dentro. Entrambi incarnano anche l'uno le disfunzioni dell'altra: allo spettatore psicologo analista, non stupisce che la moglie di Don sia una donna che ha tante difficoltà a capire i figli, a decodificare i comportamenti delle persone. Né sorprende che il marito di Betty sia un uomo apparentemente forte, ma sostanzialmente fragile e inadeguato.

Di contro Don Draper e Peggy Olson invece hanno un gemellaggio psichico di verità. Possiamo dire che Don con la sua identità di Dick è il maschile interno di Peggy, e Peggy è il femminile interno di Dick. Nati nei

recessi più oscuri dell’America, esposti al dolore e alla privazione, scappano da quello che sono stati ma rimangono presenti a se stessi – quando Don ricorda di essere Dick in qualche modo rientra in sé e in qualche modo, dolorosamente rintraccia una coerenza, Peggy in questo senso è qualcosa di evolutivo e curativo per Don – per quanto mantenga nell’ombra il segreto di un figlio abbandonato – non mente mai a se stessa, non cade in un orizzonte dissociativo. Spesso ricorda da dove è venuta, cosa è stata – la stessa gravidanza è un nucleo irrisolto che rimane presente dentro di lei, talora dichiarato. La discesa agli inferi di Don è puntellata dai suoi contatti emotivi con Peggy, che rappresentano in qualche modo un momento di verità per entrambi. Parimenti, quando Peggy si scopre incinta e finisce in psichiatria, Don sarà l’unico a sapere la verità, l’unico che la andrà a trovare in ospedale e l’unico che riuscirà a dirle qualcosa che la fa reagire. Questo qualcosa è grosso modo: *Vai avanti. Vai dove desideri andare, è un segreto, lasciamoci alle spalle i segreti. Noi sappiamo com’è la vita vera.*

Poiché però ognuno dei due sa che l’altro ha qualcosa da dimenticare, sono gli unici che aiutano l’un l’altro a non farlo – a osteggiare l’incoraggiamento nevrotico di Don.

Questo tipo di riflessione sui protagonisti che già come si diceva è in linea con l’analisi dei prodotti televisivi e cinematografici, risulta particolarmente fattibile in *Mad Men* per un’ulteriore peculiarità della serie, che la rende un prodotto più sofisticato di altri. Come ha sottolineato Gianlugi Rossini (2014) buona parte della serialità televisiva, soprattutto nel contesto delle soap opera da cui questo tipo di prodotti deriva, faceva affidamento per la sua interpretazione al ruolo dei personaggi principali, affidando alle espressioni dei loro volti, ma anche alle frasi che pronunciavano, l’illustrazione di quanto stava accadendo intorno a loro e dentro di loro. Per esempio si poteva vedere un primo piano con il volto addolorato del protagonista, e lo spettatore arguiva: sia che il protagonista era addolorato, sia che *sapeva* di essere addolorato. Le motivazioni del suo agire erano cioè sempre chiare e esattamente percepite dal soggetto sulla scena. La sua mente gli era al tutto chiara e compresa. In buona parte dei prodotti televisivi il protagonista diceva, in un dialogo per esempio, o parlando tra sé e sé, cosa stava provando in quel momento, e lo spettatore accettava quanto lui dichiarava.

Invece, nel caso di *Mad Men* i protagonisti non hanno sempre evidentemente chiaro cosa stanno provando o quali sono le reali motivazioni che sono dietro le loro azioni. Anzi, a volte si interpretano in modo erroneo e lo spettatore è in grado di avvertire uno scarto tra l’interpretazione che un personaggio dà di una sua certa azione in un dialogo, e quella che dovrebbe essere l’interpretazione autentica di quell’azione. Rossini parla di “menti opache” di persone che cioè sono opache a se stesse, come in effetti avviene spesso

nella realtà e come spessissimo ci capita di osservare nelle stanze di analisi quando un paziente ci racconta i perché e i per come di una sua certa vicenda e noi sentiamo che ci sono altre cause che lui non sta sentendo di sé, non sta intercettando. Questa operazione di regia rende ancora più potente l'esperienza di una fruizione narrativa dove ci sono delle psicologie articolate, che meritano una complessità di interpretazione, che spesso si avvantaggia di variabili contestuali, informazioni addizionali, associazioni che lo spettatore fa nel mettere insieme delle informazioni. Per fare un esempio: a un certo punto della serie, durante la prima stagione Betty Draper va dall'analista freudiano e gli racconta della sua vicina di casa, divorziata con un figlio. Ne parla con molta condiscendenza e superiorità raccontando di provare pietà per lei, costretta a lavorare, da sola con un figlio. Ma lo spettatore ha abbastanza informazioni per sapere che Betty è tutt'altro che impietosa dalla vicina, è invidiosa perché ha un lavoro, perché sembra essere molto appassionata nella sua attività politica volontaria in favore di Kennedy. Betty è opaca a se stessa ma lo spettatore sa che soffre, perché si sente tagliata fuori dalla vita, perché si annoia. E sospetta che forse invidi nella vicina la capacità di troncarsi con un uomo che l'ha tradita – mentre lei continua a sorridere davanti alle consuete sparizioni del marito.

Una conclusione (personale)

Don, Betty, Peggy – ma anche tutti gli altri personaggi della serie, attraversano quei dieci anni di storia dell'America e della cultura, che maggiormente hanno inciso sulle vite private, sui rapporti tra le persone. In quel decennio – compreso tra il 1960 e il 1970 – storicamente non sono capitati eventi che hanno rinegoziato sorprendentemente dei confini nazionali, dei rapporti di potere tra Stati, ma ci sono stati cambiamenti hanno modificato in un modo drastico i rapporti di classe, di razza e soprattutto, di genere. In quei dieci anni ciò che latentemente in molti desideravano per sé e per la loro vita privata divenne movimento politico e ideologia spendibile, e portò a nuovi modi di stare al mondo e interpretare i rapporti tra le persone: cambiano non solo banalmente i costumi, ma anche le leggi che li regolavano, con un processo che prese le mosse dagli Stati Uniti, e riconfigurò la nostra vita quotidiana, e quindi anche la nostra vita psichica anche in Europa e in Italia. Da quel decennio di grandi cambiamenti si cominciò a ragionare in maniera netta di pari accesso alle tutele giuridiche e al mondo del lavoro per tutte le minoranze e da quel decennio le donne cominciarono a lavorare, e anche in Italia si arrivò a cambiamenti epocali come la legge sul divorzio, sull'aborto, e la legge sul reato di stupro.

L'aspetto che almeno per me rende *Mad Men* una serie interessante e insolita è che si assume il rischio di una presa di posizione ideologica, che presiede la scrittura del testo, e che rispecchia una sensibilità etica ed estetica, con cui banalmente io che sto scrivendo mi trovo a mio agio, che sento che in qualche modo mi risuona politicamente e in senso più vasto "clinicamente" – la trovo terapeutica. Questa rischiosa posizione ideologica indica il vecchio mondo con le sue rigidità, i suoi soprusi, la sua spietata noncuranza nella gestione dei rapporti umani patologico. I nostri eroi, ognuno oggetto simbolico della psiche dell'altro ma anche sofferenti correlati simbolici della nostra psiche collettiva, sono i figli di una cultura abusante che con tutti i mezzi di cui dispone cercano di cavarne le gambe, di salvarsi, di trasformarsi, a volte cadendo, a volte rischiando di essere risucchiati per colpa delle loro proprie patologie, delle loro coazioni a ripetere, ma alla fine riescono tutti ad approdare a un nuovo equilibrio, un nuovo modo di stare, sicuramente più complicato e difficile, ma certamente più ricco. È una posizione discutibile, è una posizione parziale, è una decisione narrativa – che tende scientemente per esempio a tagliare fuori i modi di essere felici delle famiglie tradizionali, e dei contesti dove le gerarchie di classe sono rimaste a lungo inviolate. E sebbene onestà intellettuale voglia che si debba riconoscere che esistano e siano esistite molte famiglie dove a una divisione tradizionale dei ruoli di genere corrisponda una capacità di amorevolezza e di saper vivere che tiene lontane le peggiori nevrosi, tuttavia mi sembra che questa soluzione narrativa, questo modo di guardare l'incrocio tra strutture sociali del nostro passato e psicopatologie del nostro presente sia qualcosa di vivido, di interessante e di utile.

Bisogna anche ricordare che questa questione di come valutare il rapporto tra salute psichica e forme storiche, e come valutare i modi di declinare le identità di genere e l'uso del proprio corpo rispetto al momento storico, soprattutto per quel che riguarda il genere e la sua espressione nella vita quotidiana, non è anche per noi junghiani un tema privo di contrasti e di dibattiti. Dietro le nostre spalle abbiamo accese discussioni: su come per esempio Jung abbia per esempio descritto la psiche delle donne nelle sue dissertazioni sul costrutto dell'*animus* (si veda per esempio: *La donna in Europa* del 1927), e su quale potesse essere la sua declinazione più auspicabile, su come invece lo ha interpretato la sua consorte Emma, in un lavoro uscito anche troppo tardi rispetto agli anni del suo concepimento (1981) fino a volumi collettanei che mettevano insieme saggi di orientamento diverso. Di questo insieme di posture e di saggi, uno dei più interessanti è probabilmente il troppo poco citato intervento di Emma Jung. Se nelle teorizzazioni del Nostro l'*animus* delle donne godeva di molta poca stima, con descrizioni tutto sommato sommarie, e che risentivano di un certo malcelato disprezzo, per le ambizioni

di un maschile interno che avrebbero potuto sfidare il potere costituito del maschile esterno, Emma Jung fu la prima a descrivere la necessità di una sana espressione dell'animus delle donne, e ad arguire che una realizzazione di se oltre la cornice del ruolo emotivo e relazionale faceva parte della piena realizzazione della donna, e di una evoluzione sociale che giovasse anche agli uomini. Mi è sembrato che nella sua levità *Mad Men* fosse uno dei primi prodotti culturali che mettesse in scena anche la faticosa storia di quella che è una fioritura psichica. Delle donne come soggetto culturale, degli uomini che possono con questo passaggio riscoprire e potenziare le capacità della loro *Anima*.

Bibliografia

- Campbell J. (1958). *L'eroe dai mille volti*. Milano: Feltrinelli.
- Forlai L., Bruni A. (1998). *Archetipi mitici e generi cinematografici*. Roma: Audino.
- Jung C.G. (1927). *Die Frau in Europa* (trad. it.: La donna in Europa. In: *Opere*, vol. 10. Torino: Bollati Boringhieri, 1998).
- Jung C.G. (1928). *Die Beziehungen zwischen dem Ich und dem Unbewußten* (trad. it.: L'io e l'inconscio. In: *Opere*, vol. 7. Torino: Bollati Boringhieri, 1998).
- Jung E. (1982). *Animus e Anima*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Martin B. (2013). *Difficult Men. Behind the Scenes of a Creative Revolution: from The Sopranos and The Wire to Mad Men and Breaking Bad*. Derby: Penguin PR (trad. it.: *Difficult Men. Dai Soprano a Breaking Bad, gli antieroi delle serie tv*. Roma: Minimum Fax, 2018).
- Metz C. (1980). *Semiologia del cinema*. Milano: Garzanti.
- Pisanty V. (2017). Sociopatici ad alta funzionalità. *EIC Serie Speciale*, anno XI, 20:19-26.
- Rossini G. (2014). Menti opache. *Mad Men* e la rappresentazione dell'interiorità nelle serie tv. *Between*, vol. IV, 7:1-20. DOI: 10.13125/2039-6597/1167.
- Rossini G. (2015). *Mad Men* e la nostalgia. In: *Le parole e le cose*. <https://www.leparoleelescose.it/mad-men-e-la-nostalgia-2/>
- Scott F. Stoddart, a cura di (2011). *Analyzing Mad Men: Critical Essays on the series*. Jefferson: McFarland &co.
- Swartz Salant N., Stein M. (2004). *Il Maschile e il femminile cent'anni dopo*. Roma: Edizioni Magi.
- Veblen T. (2007). *Teoria della classe agiata*. Torino: Einaudi.
- Vogler C. (2007). *Il viaggio dell'eroe*. Roma: Audino.