

**ESTUDOS DA NARRATIVA E DRAMATURGIA: MAD MEN E OS NOVOS
DIÁLOGOS NARRATIVOS**

Ana Carolina Cassiolato Barão¹

Acir Dias da Silva Orientador²

RESUMO: Este artigo tem o objetivo de analisar a série *Mad Men*, no contexto da Terceira Era de Ouro da Televisão, explorando as influências das relações estéticas e mercadológicas na produção seriada, a transmídia, a micro e a macronarrativa. Para isso, à luz de conhecimentos de autores especializados em roteiro, dramaturgia e séries de televisão, como Robert McKee, Renata Pallottini, Siviano Santiago, Maria Beatriz Rahde, entre outros, o artigo faz uma breve análise sobre a importância da conversação entre diversas áreas para a construção desse novo tipo de narrativa.

Palavras-chave: dramaturgia seriada; transmídia; *Mad Men*.

ABSTRACT: This article aims to analyze the *Mad Men* series, in the context of the Third Golden Age of Television, exploring the influences of aesthetic and market relations in serial production, the transmedia, the micro and the macro - narrative. For this, the light of knowledge of expert authors in script, drama and television series such as Robert McKee, Renata Pallottini, Siviano Santiago, Maria Beatriz Rahde, among others, the article is a brief analysis of the importance of conversation between different areas to build this new kind of narrative.

Keywords: Serial drama; transmedia; *Mad Men*

¹ Graduada em Publicidade, Propaganda e Criação com ênfase em Propaganda pela Universidade Presbiteriana Mackenzie e pós-graduanda em Cinema com ênfase em Produção pela FAP- Faculdade de Artes do Paraná. anacarolinabarao@gmail.com

² Dr Acir Dias da Silva, Professor do Programa de Pós-Graduação Linguagem e Sociedade UNIOESTE. acirdias@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

Um pai de família em terapia, mafioso confuso e complexo. Foi com esse personagem, *Tony Soprano*, que se iniciou a Terceira Era de Ouro da Televisão, em janeiro de 1999. A série *Família Soprano*², não só revolucionou a mídia de massa mais tradicional do mundo ao elevar a qualidade de suas produções e introduzir uma nova narrativa, mais próxima da vida real e das torpezas humanas, como colocou em debate seu desenvolvimento artístico frente ao cinema comercial que, mesmo com as transformações políticas e sociais, continuava a investir em histórias que já não atendiam às expectativas do público atual, pois reforçava um *status-quo* que a sociedade transgrediu com o passar dos anos.

Basicamente focadas na construção de anti-heróis, séries como *A Sete Palmos*, *The Wire*, *The Shield*, *Lost*, *Breaking Bad* e *Mad Men* são consequências de uma abertura de conteúdo que foi demarcada na 3ª Era de Ouro da Televisão, mas que já estava em desenvolvimento desde a 1ª Era de Ouro, segundo Fernanda Furquim, defensora da ideia de que tal era começara em 1958, com fim em 1971, tendo como características a qualidade de produção e histórias independentes.

A partir de 1958, surgiram produções seriadas (com personagens fixos ou antológicos) que abandonaram a narrativa das lições de moral e cívica para explorar textos que lidavam com a complexidade da psicologia humana e a realidade na qual estava inserida, tal qual era feito com os teleteatros. (FURQUIM In: *A 1ª Era de Ouro da TV Americana: 1958-1971 televisão*, 2011)

Ao passo que a indústria cinematográfica comercial não avançou por tentar amarrar seu próprio mercado a sua ideologia ultrapassada, canais fechados, como o pioneiro *HBO*, passaram a oferecer entretenimento questionador, confrontando o *American Way of Life* e todo o conservadorismo que já não se aplicava à sociedade.

Por gozarem de melhor condição financeira³ que os canais abertos, os canais fechados conseguiram alcançar um *modus operandi* mais livre, que incluía técnicas

² Série de televisão dramática criada por David Chase, produzida e exibida pela HBO, tendo estreado em 10 de janeiro de 1999.

³ Em 2011, o jornal semanal *Barron's* publicou que o valor estimado para cada episódio de *Mad Men* chegava a \$2,84 milhões.

cinematográficas, como os planos-sequência, e também empoderava o diretor, deixando-o livre para um maior exercício de sua autonomia artística.

Além disso, como os autores de seriados vitorianos, os criadores dessa nova televisão descobriram que os aspectos inerentes a sua forma – uma tela em branco, linhas narrativas entrelaçando-se, reviravoltas, desvios e retrocessos na progressão de um personagem – estavam coincidentemente bem equipados não só para atender as demandas comerciais, como também para lidar com as grandes questões de um império decadente: violência, sexualidade, vícios, família, classe. Essas questões tornaram-se os tópicos identificadores da dramaturgia a cabo. (BRETT, 2014, p.24)

A quantidade de temporadas e de episódios também foi reduzida durante a Terceira Era de Ouro da Televisão. No lugar de 23 episódios, as séries passaram a contar com um máximo de 13, distribuídos em uma média de seis temporadas.

Segundo Martin (2014), uma grande característica deste novo formato, é que anualmente uma nova temporada é exibida, de modo a contar uma história com final em aberto, fazendo uma notável distinção entre as séries passadas e seus mais próximos precedentes. Assim, um forte vínculo entre o espectador e a emissora começa a nascer, tomando o lugar da antiga relação programa-espectador. Essa recente relação é a síntese da nova televisão, se realmente podemos assim nomeá-la, já que para o seu sucesso e estabilização, tornou-se aliada do maior meio de todos os tempos.

A importância da internet para a atual era da televisão chega a ser imensurável. Nunca o espectador teve tantas oportunidades para comentar, em tempo real, suas opiniões sobre o conteúdo que consome em um determinado momento, tanto com conhecidos, quanto com desconhecidos. O trabalho de mídias sociais desenvolvido por todos os canais que pretendem dialogar com o seu público, é o grande gerador dessa troca de informações. Como exemplos, temos as *Fan Pages* do *Facebook*, que atualizam seus seguidores várias vezes por dia, com fotografias, textos e novidades sobre a série e seus personagens.



Fonte: Página da série *Mad Men* no *Facebook*⁴.



Fonte: Página da série *Mad Men* no *Facebook*⁵.

TRAVESSIAS ISSN 1982-5935
Vol 09, n- 01, 23 Ed. 2015

⁴ Disponível em: <www.facebook.com/MadMen?fref=ts> Acesso em jan. 2015.

⁵ Disponível em: <www.facebook.com/MadMen?fref=ts> Acesso em jan. 2015.

Outro exemplo deste novo arranjo midiático com os espectadores é a série de sucesso *Breaking Bad*. Por meio dela, foi possível enxergar o crescente envolvimento e entendimento do espectador, que passou a se colocar numa posição ativa e, desta maneira, fez com que as emissoras começassem a levar suas opiniões em conta, fazendo leituras delas como índices importantíssimos para o sucesso no desenvolvimento de cada episódio.

Faz-se importante, também, ressaltar que, de todos os avanços no modo de se assistir a um conteúdo, o que recebe o maior destaque no momento é o *Netflix*, que traz o serviço de *streaming*⁶ e altera completamente a maneira de se envolver com uma determinada série, porque oferece temporadas inteiras de uma só vez e supre a necessidade do espectador que antes aguardava uma semana pelo próximo episódio, emancipando-se de todos os fatores ligados à audiência. Em oposição,

temos os canais pagos que, para darem continuidade a suas ações e desdobramento a seus produtos audiovisuais, contam com todos os indicadores possíveis.

Os rumos tomados pela televisão e também pelo cinema, cada vez mais consumidos via internet, tornam-se evidentes. A unificação dessas artes em uma mídia interativa traduz a necessidade humana pós-moderna de ser parte transformadora do meio em que vive e não apenas ser passiva diante das mudanças.

Em uma palestra realizada durante o *Rio Content Market*, Brett Martin afirmou que as novas séries como *Breaking Bad* e *The Wire* confrontam seus próprios valores, apresentando personagens com moral e ética duvidosas, fazendo com que o público torça por eles. Diferentemente de personagens quadrados e alinhados à moral de uma certa época, agora, os roteiristas passam a ter mais autonomia em relação às suas aspirações. Tal independência resultou no nascimento do roteiro de uma das séries mais bem amarradas e complexas da história da televisão.

A partir de *The Sopranos* (1999-2007) uma série de histórias com personagens mais complexos e violentos como *Dexter*, *The Wire*, *Breaking Bad* e *Mad Men* reestabeleceram o que era adequado para a televisão. “Eles desafiam a audiência a confrontar seus próprios valores, e porque estão torcendo para aquele personagem. Escritores e criativos podem fazer coisas que antes apenas sonhavam em fazer.”
(MARTIN In: *Autor de livro*)

⁶ Streaming é uma forma de distribuição de dados utilizada para distribuir o conteúdo multimídia através da internet.

que analisa séries como *Mad Men* e *Breaking Bad* explicou a "nova era de ouro" da TV norte-americana, 2014).

O criador da série que o presente artigo pretende retratar, *Mad Men*, é Matthew Weiner, um famoso e influente roteirista, produtor, diretor e *showrunner*, que já tinha escrito o roteiro das duas últimas temporadas de Família Soprano.

Mad Men, que ao longo de sua trajetória de sete anos, agradou mais a crítica do que o público, passa-se do fim da década de 50 ao final dos anos 60, até os últimos episódios exibidos, retratando a vida do diretor de criação Don Draper⁷ e de todos aqueles que participam de sua vida interna ou externamente a uma grande agência de publicidade, situada na *Madison Avenue*. Sempre à luz das mudanças que ocorriam nos EUA e como tais mudanças sociais afetavam aqueles (publicitários) que trabalhavam justamente para mudar os comportamentos da sociedade por meios de ações de marketing, a série foi a grande aposta do presidente da *AMC*, Ed Carrol, que investiu na primeira série de TV original do canal, trabalhando com excelência e focando na qualidade, sem utilizar as fórmulas de massa televisivas passadas.

Ainda muito comuns, os programas de auditório e *reality shows* tomam conta da televisão, mas a observação pelo prisma da dramaturgia deixa clara a frente que esse meio tomou em relação ao cinema, tanto em formato quanto em conteúdo, tendo o mesmo nível de investimento e de impacto cultural.

Enquanto o cinema comercial trabalhava dentro da lógica de massa, tentando atrair todo e qualquer tipo de público, a televisão se arriscou de forma perigosa, preferindo ser reconhecida de outra maneira por seus espectadores, desta vez mais seletos, gerando conteúdo correspondente às questões e aos quereres desse novo público e, assim, fidelizando-os ao canal por meio do relacionamento interativo.

Ninguém espera ansiosamente para ver o próximo filme da Warnes Bros. ou da Paramount, por exemplo, esse sentimento depende muito mais do elenco e profissionais envolvidos, mas certamente tem muita gente na expectativa pelo que a HBO, AMC ou Showtime farão a seguir. (MERIGO *In: Breaking Bad e as novas regras da televisão*, 2013)



TRAVESSIAS ISSN 1982-5935

Vol 09, n- 01, 23 Ed. 2015

⁷ Interpretado por Jon Hamm.

A HBO, por exemplo, teve como plano dar mais atenção ao *buzz*⁸ e se desligar parcialmente dos requisitos tradicionais de audiência, passando por meio de seu novo posicionamento de marketing a ideia de que uma pessoa aberta, que realmente se importa com culturas diferentes, não poderia ficar sem assistir ao próximo episódio, pois estaria por fora de algo incomum, com qualidade superior a tudo que viu até então, inclusive no cinema.

A maneira na qual o novo conteúdo era oferecido também mudou. Os canais passaram a oferecer DVDs com temporadas completas para que os fãs se saciassem e passassem acompanhar a série pela televisão, caso estivessem atrasados. Tal ação se adequou e os canais continuam oferecendo-as via *streaming*, isso sem contar os milhares de downloads piratas, vistos pela próprio diretor de programação da HBO como um fator que leva mais pessoas a entrarem em contato com a série⁹.

A INFLUÊNCIA DA TRANSMÍDIA NANARRATIVA DE MAD MEN

Marcada pelo hibridismo tanto na forma, que é ao mesmo tempo contínua e autônoma, quanto no tema, abordando relações profissionais e pessoais do protagonista, *Mad Men* traz peculiaridades narrativas de todas as séries desenvolvidas durante a Terceira Era de Ouro da Televisão, com algumas novidades bastante particulares.

Parte da cultura de convergência, a narrativa transmídia é aquela na qual uma historia é contada com a utilização de vários meios, como internet, DVDs, livros, músicas, catálogos, sendo transformada durante essa ação. É válido se ater a diferença entre a transmídia e uma narrativa passada por meio de varias mídias. Naquele caso, a história transforma sua própria narrativa enquanto é contada em todos os meios.

“Na transmídia, cria-se a partir do universo ficcional do programa vários outros *subplots*, ou seja, a história é reinventada em diferentes plataformas e de maneira independente, para que o espectador não tenha que passar

⁸ Ideia que surge e se espalha de maneira diferente através dos comunicadores, contagiando e incentivando as pessoas.

⁹ Em entrevista para o site de notícias Entertainment Weekly.

por cada uma delas para compreender o produto em questão” (SIGILIANO, 2013,apud COELHO In: *Os seriados na realidade transmidia*, 2013)

Na cultura de convergência, para que um fã seja assíduo ao produto audiovisual, são necessárias algumas medidas a fim de aumentar o relacionamento da marca, fazendo-o se aventurar e se aprofundar em tudo o que pode ser oferecido a ele, que é o que *Mad Men* conquistou: expandir-se por varias mídias, atraindo uma verdadeira legião de interessados pela série.

Quando se pensa no meio digital, que por natureza é interativo e imersivo, assiste-se a uma reviravolta na recepção de uma história, pois se está interagindo com algo que tem como característica da sua arquitetura a mutabilidade e a transitoriedade. O que existe num momento pode não existir mais em poucos minutos. Ou melhor, na interação com o leitor cibernético, pode-se transformar uma produção digital em outra distinta. (BUSATTO, 2006, p.83,84).

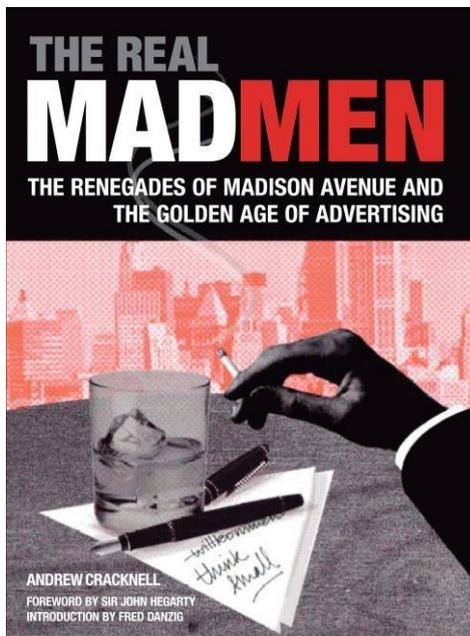
Além de produto televisivo, *Mad Men* se tornou vídeo de animação editado por um espectador frequente, aplicativo com dicas sobre como fazer os coquetéis apresentados nos episódios e CDs diversos com a trilha sonora original, edição especial para colecionadores de Jazz e comemorativo de natal. Expandindo ainda mais as possibilidade de aproximação da série com o público, muitos livros foram lançados: coleção com o melhor da publicidade estadunidense da época de ouro da publicidade na qual é retratada a história, edição sobre o figurino dos personagens, livro com receitas de bebidas e até tirinhas, criadas por Matthew Weiner e editadas pela Editora Norma, entre outros produtos e ações que acabaram por fortalecer a relação de *Mad Men* com os o público e influenciaram totalmente o modo diferenciado de desenvolvimento da narrativa.



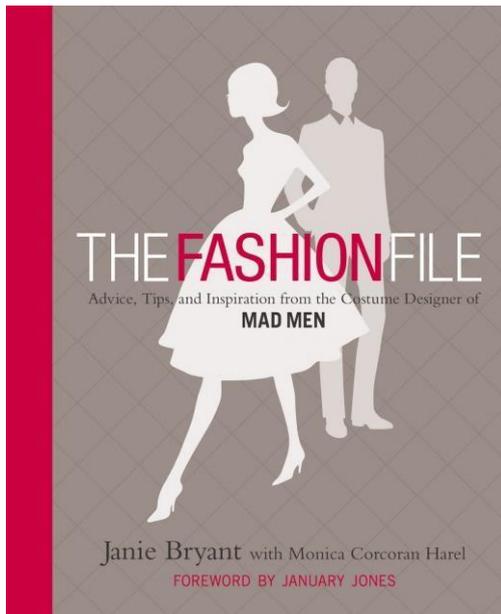
Fonte: Site Amazon¹⁰.

¹⁰ Disponível em:<<http://www.amazon.com/Mad-Men-Christmas-Music-Inspired/dp/B00F9K68QG>> Acesso em jan. 2015.

TRAVESSIAS ISSN 1982-5935
Vol 09, n- 01, 23 Ed. 2015



Fonte: Site Hamilton Book¹¹.



Fonte: Site Amazon¹².

TRAVESSIAS ISSN 1982-5935
Vol 09, n- 01, 23 Ed. 2015

¹¹ Disponível em:< <http://www.hamiltonbook.com/Business/Marketing-Advertising/the-real-mad-men- the-renegades-of-madison-avenue-and-the-golden-age-of-advertising>> Acesso em jan. 2015.

¹² Disponível em:< <http://www.amazon.com/The-Fashion-File-Inspiration-Designer-ebook/dp/B003YFIVMM>> Acesso em jan. 2015.



Fonte: Blog da AMC TV¹³.



Fonte: Cargo Collective¹⁴.

Segundo Silviano Santiago, uma das principais características do narrador pós-moderno, não é a de narrar experiências por ele vividas e sim vivências alheias a ele, buscando distanciamento do que está sendo narrado, dentro do espaço ficcional. Isso é ainda mais evidente ao observar as formas clássicas de narrativa,

¹³ Disponível em: <<http://blogs.amctv.com/mad-men/2010/03/mad-men-barbie-dolls/>> Acesso em jan. 2015.

TRAVESSIAS ISSN 1982-5935
Vol 09, n- 01, 23 Ed. 2015

¹⁴ Disponível em: < <http://cargocollective.com/hautecapture/Nathaniel-Goldberg-for-Banana-Republic-s-Mad-Men>> Acesso em jan. 2015

como a que parte das experiências do narrador para obter mais credibilidade em relação ao interlocutor, chamada de memorialista.

Na contemporaneidade, as relações sócio-humanas contribuem para o surgimento de um narrador que passa a narrar o outro, a partir da observação.

Pode-se narrar uma ação de dentro dela, ou de fora dela. No primeiro caso, a narrativa expressa a experiência de uma ação; no outro, é a experiência proporcionada por um olhar lançado. Num caso, a ação é a experiência que se tem dela, e é isso que empresta autenticidade à matéria que é narrada e ao relato; no outro caso, é discutível falar de autenticidade da experiência e do relato porque o que se transmite é uma informação obtida a partir da observação de um terceiro. (SANTIAGO, 2002, p.44,45).

Em *Mad Men*, a presença do narrador pós-moderno encaminha a história a um ritmo até então não presente nas séries da Terceira Era de Ouro da Televisão. Com o passar dos anos, que ficam em um intervalo de tempo precioso no sentido histórico, pois se trata de todo desenvolvimento da sociedade pós-guerra até a abertura de pensamento e comportamento que acontece em meados dos anos 70, a série ganha uma cadência que reflete os anos no qual se passa.

No início, o roteiro é mais pausado, passando a impressão de uma época conturbada e totalmente presa às tristezas e às feridas deixadas pela Segunda Grande Guerra Mundial. Já na quarta temporada, a narrativa ganha um pouco mais de fôlego, por estar na metade dos anos 60. É exatamente aí que se dá, inclusive, a abertura do personagem principal, Donald Draper, até então muito fechado, confuso e complexo como o tempo do qual ele veio. Conforme os anos se abrem, o protagonista também.

No marcante 7º episódio da quarta temporada, intitulado “*The Suitcase*”, Don Draper perde uma das únicas pessoas que tinham conhecimento de seu misterioso passado, Anna Draper, esposa do real Donald Draper que veio a falecer enquanto lutava na Guerra da Coreia, tendo seus documentos roubados pelo futuro diretor de Criação. Muito ressentido pela perda, ele desabafa com sua ex-secretária e fiel escudeira Peggy Olsen, abrindo-se pela primeira vez - isso só foi possível com a interferência do narrador pós-moderno, que faz do alheio o próprio presente, pois domina o assunto em questão a ponto de influenciar a narrativa com características tão subjetivas quanto seu conhecimento.

MAD MEN E SUA CONTRUÇÃO DE HOMENS DIFÍCEIS

Don Draper, protagonista de *Mad Men*, é um homem que alcançou muito sucesso no mundo publicitário, sempre seduzindo os públicos de suas campanhas de maneira genial. Não distante da vida que ele sustenta para os outros com muita criatividade, temos o outro lado, abarrotado de mentiras e tristezas. Na verdade, seu nome era Dick Whitman, até a Guerra da Coreia, da qual ele chegou a participar, mas desertou como incapaz na primeira oportunidade: ao explodir uma bomba, seu superior no exército, o verdadeiro Donald Draper, veio a falecer e Dick aproveitou para trocar seus documentos com os dele. Consciente de seu maior crime, falsidade ideológica, Don, sozinho porque foi dado como morto e, assim, impedido de entrar em contato com as pessoas de seu passado, procura Anna Draper, a esposa do verdadeiro Donald Draper. Ao longo de muitos anos, eles fortificam e constroem uma grande amizade, sendo Anna a única pessoa com a qual ele consegue e pode se abrir no mundo.

No início da série, Don Draper é apresentado como um homem inteligente, misterioso, rico, distinto, frio e orgulhoso. Em *The Suitcase*, que é 7º episódio da 4ª temporada, Donald recebe a notícia de que sua melhor amiga Anna Draper veio a falecer de câncer. Tal fato faz com que ele perca o equilíbrio emocional diante de Peggy Olson, sua ex-secretária, na qual confiou o cargo de Chefe de Redação da agência, sendo a primeira mulher a ocupá-lo. Isso mostra que o verdadeiro personagem é revelado nas escolhas que um ser humano faz sob pressão – quanto maior a pressão, maior a revelação e mais verdadeira a escolha para a natureza essencial do personagem. (MCKEE, 2006, p.106).

A função do personagem é trazer à estória qualidades da caracterização necessárias para fazer escolhas convincentes. De forma simples, um personagem deve ser crível: jovem suficiente ou velho suficiente, forte ou fraco, mundano ou ingênuo, educado ou ignorante, generoso ou egoísta, esperto ou bobo, nas proporções certas. A combinação de qualidades deve permitir que o público acredite que o personagem poderia agir, e agiria, da maneira que age na tela. (MCKEE, 2006, p. 110)

Quando falamos em construção de personagens é essencial citar o quanto os profissionais de roteiro se aprofundam no mesmo trabalho que a literatura faz, mas de maneira diferente. Enquanto na literatura temos um narrador com centenas de

páginas para explicar seus personagens e construí-los pouco a pouco, no roteiro é preciso concisão: uma grande falha, inclusive, é tentar explicar os pensamentos dos personagens no diálogo, erro comum dos iniciantes.

A construção do personagem em um roteiro acontece de maneira pouco subjetiva e muito mais direta, diferentemente da construção de personagem na literatura, que deve ser subjetiva, afinal o texto literário tem um fim inerente a si e à imaginação do leitor, ao contrário do roteiro que cultiva formas desinformes, passíveis a mudanças, como podemos analisar no trecho **“Stan e Danny estão lado a lado e em frente à Peggy e Joey. Exceto Joey, todos seguram uma mala, como se protegessem da bola de beisebol que Joey está para lançar. Don observa.”** Com certeza, uma mala será utilizada, mas seu tamanho e cor podem ser alterados, dando um novo ponto de vista à mesma história.

Os estudos que iniciaram o pensamento ocidental sobre a literatura foram escritos por Aristóteles em 330 a. C. e, posteriormente, a compilação de tais textos viria a se tornar a “Arte Poética”, que, sobretudo, abordou o personagem e suas características em relação às obras. Entre outros importantes assuntos, vale ressaltar o apontamento de Aristóteles para a construção da personagem, que obedece às leis particulares que regem o texto (BRAIT, 2010, p. 30). Tal opinião manteve-se intacta até a chegada do romantismo, onde muitos defenderam que a superioridade do personagem em relação à trama, esta sendo apenas uma estrutura para a existência dos caracteres. No entanto, para Robert McKee (Story, 2006) “estrutura é personagem e personagem é estrutura”.

As semelhanças entre roteiro e literatura não se bastam na construção de personagem. André Soares Vieira defende que o elo entre o cinema e a literatura acontece por meio do roteiro, uma etapa intermediária entre as duas grandes artes, e suas relações com o romance.

Ainda assim, o roteiro original não pretende nem pode substituir o filme, mas é “o elemento concreto da relação entre o cinema e literatura”, conforme Pasolini definiu. (VIEIRA, 2006, p.57).

Apesar de se tratar de uma criação literária, o objetivo do roteiro é a gênese de um discurso que servirá como um guia para o desenvolvimento de uma obra audiovisual, que pode acabar por se modificar durante as gravações e edições, sob novas óticas que partem de todos os departamentos, desde direção até figurino. Silveira ainda defende que o roteiro audiovisual tem como fim único o a criação

audiovisual, pois o autor, roteirista, aprofunda-se para que, posteriormente, a história seja contada imageticamente, diferentemente da literatura, que tem como fim o próprio texto.

O desenvolvimento dos personagens em um roteiro audiovisual se dá no mesmo âmbito. No episódio “*Suitcase*”, as indicações do roteiro acontecem de maneira muito objetiva, como na rubrica **“Don senta-se à mesa, tira o telefone do gancho, olha um porta-retrato, que tem uma foto dele ao lado de ANNA DRAPER e põe o telefone novamente no gancho. Guarda o bilhete que Ida entregou a ele com o recado de Stephanie, levanta-se e prepara uma bebida.”** A partir daí, o diretor e toda a equipe já têm subsídios suficientes para desenvolverem seus trabalhos, pois se imagina ser necessário, por exemplo, a ênfase do bilhete que é guardado, podendo ser trabalhado um plano mais fechado ou, no máximo, um plano-médio.

153 - INT. AGÊNCIA SCDP - SALA DON - DIA

ouvimos o telefone que é colocado no gancho.

DON
Stephanie?

Don fica alguns segundos com o telefone, desliga e olha para Peggy, que está acordada, sentada no sofá, olhando fixamente para ele. Don tenta controlar o choro mas não consegue. Chora pesadamente, contorcendo o corpo sobre a mesa, enquanto está sentado. Peggy se levanta cautelosamente, vai até ele e para em frente à mesa. Don tira um lenço do bolso da calça para enxugar as lágrimas.

PEGGY
O que houve?

Don tenta se recuperar do choro.

DON
Alguém muito importante para mim
faleceu.

Don engole o choro. Peggy hesita antes de falar.

PEGGY
quem?

DON
A única pessoa do mundo que me
conhecia de verdade.

Peggy se aproxima de Don devagar e coloca as mãos em suas costas, acariciando pesarosamente.

PEGGY
Não é verdade.

Don para de chorar abruptamente.

DON
Devia ir para casa. Pode chegar
mais tarde. Ficarei bem.

PEGGY
sinto muito.

Don assoa o nariz no lenço.

DON
Boa noite.

Peggy sai e Don recupera o estado, encostando-se na cadeira.

Fonte: Elaborada pela autora.

No início da série, Don Draper é completamente fechado e o espectador é colocado em contato com seu o passado apenas por meio de *flashbacks*, pois, nos episódios anteriores, ele não conseguira demonstrar o menor sinal de flexibilidade nas diversas situações e tampouco alguma socialização mais humana com os outros personagens. Durante o desenvolvimento das temporadas, é possível chegar um pouco mais perto do protagonista, pelas demonstrações de suas principais fraquezas. Quando o episódio de abertura com Peggy Olson se dá na metade da quarta temporada, acontece com bastante naturalidade, fazendo-se bastante crível para os fãs de *Mad Men*, isto porque estrutura e personagem são complementares e caminham juntos.

Se algo é alterado no personagem, a estrutura se altera diretamente. Tomemos o caso de Don Draper como exemplo: para que o acontecimento entre ele e Peggy Olson não existisse, todas as temporadas anteriores teriam de ser trabalhadas diferentemente, numa perspectiva inversa - Don Draper se fecharia ainda mais e suas fraquezas seriam cada vez menos demonstradas.

É, portanto, com a aceitação de uma lógica interna muito especial e de uma temporalidade e uma espacialidade próprias que avançamos em uma experiência peculiar diante do ficcional. (BULHÕES, 2009, p.33)

NARRATIVAS CONVERSANTES: MICRO E MACRO

A dramaturgia é o principal fator da autoria para a televisão e todos os serviços que derivam dela, como o *on demand*, por ser capaz de entreter e engajar o espectador ao longo de muitos episódios. A narrativa em série é, também, um reflexo dos formatos que a televisão trouxe ao longo de sua história, junto a seus diversos programas em diferentes horários, alternância de conteúdo e públicos, tendo sua programação desenvolvida a partir dos elementos fornecidos pela própria dramaturgia, como o clímax e o planejamento para proporcionar ao público exatamente o que é buscado por ele.

A dramaturgia seriada é a fragmentação do conteúdo, observada tanto na relação dos episódios entre si quanto na relação entre as temporadas. No caso de *Mad Men*, é possível observar uma narrativa fechada em si e outra que dialoga com os outros episódios.

Portanto, a função do dramaturgo, já que se espera dele a criação de uma história de longa duração, distribuir seu material de modo que ele seja suficiente para todo tempo da telenovela. A racionalização (quase o racionamento) do material é uma das tarefas básicas do autor de novela. (PALLOTTINI, 2002, p.97)

Em “*Suitcase*”, é possível observar os moldes da dramaturgia clássica, como introdução, desenvolvimento, clímax e conclusão. Da mesma maneira, os outros episódios foram formulados com o objetivo de entrelaçar e dar continuidade a uma narrativa que foca em tratar dos acontecimentos diários na vida profissional e particular de um importante publicitário da Av. Madison.

Para que um capítulo seja bom, é indispensável que algo aconteça; que uma situação x mude para y, que amigos briguem ou que inimigos se reconciliem, ou que tudo isso esteja em via de acontecer, ou pareça, que ainda, ilusoriamente, que vai acontecer. (PALLOTTINI, 2012, p. 31)

No início do episódio em questão, Don Draper se encontra envolvido em mais um trabalho rotineiro de publicidade, que, supostamente, não poderá ser entregue no prazo se os criativos não vararem a noite para fazê-lo. A escolhida para tal epopeia é Peggy Olson, que por coincidência iria para o jantar de seu aniversário, no qual toda sua família e noivo a esperavam, e acaba precisando abdicar tal compromisso após um ataque de nervos meramente profissional de Don Draper. O clímax é o momento no qual o protagonista desata seus sentimentos com muita emoção ao lado de Peggy, fazendo dela uma confidente inesperada, pois apesar do grau de proximidade existente entre esses dois personagens, ele, até então, apresentou-se como um ser impenetrável, misterioso e apático.

A conclusão, não passa do esperado: poucas horas após uma noite de desabafo, Don Draper se refaz e encontra-se com Peggy para pedir uma opinião despreziosa a respeito do trabalho que ambos precisam entregar. Ela também é construída tanto para a esfera da macro-narrativa quanto da micro-narrativa. A principal diferença é que, no segundo caso, o fechamento não é geral, apesar de gerar alívio, pois ainda se darão diversos episódios com diferentes acontecimentos para alterar todas as relações estabelecidas no momento, diferentemente da macro-narrativa, na qual a conclusão tem o poder de encerrar toda a série.

O principal a ser observado é que o desenvolvimento do relacionamento entre Don Draper e Peggy Olson acontecem durante toda a série e estão relacionados à macro-narrativa. Já a união de cada acontecimento desses leva a este episódio

específico, micro-narrativa, dando subsídios a *Mad Men*, série de sucesso que trabalha toda sua estrutura dramática com base, também, nas expectativas de seu público.

A espetacularização televisiva, as telenovelas, transmitidas simultaneamente para todo um país, graças a esses deuses, formam heróis representativos da comunicação visual, que passam a coexistir com o ser humano em outra esfera do imaginário mítico. E, por um espaço de tempo, esses novos heróis míticos imperam, oriundos de um novo Olimpo, cultuados pelas multidões de espectadores. (Rahde, 2008, p. 102)

Na pós-modernidade, é comum a busca pelo supremo como um exemplo a ser seguido. É nesta mesma época que se encontra o ser consumista, fechado no capitalismo, no entanto, simultaneamente bombardeado por informações e acontecimentos históricos tão avassaladores que acabam fazendo com que ele entre em complexas questões existenciais. O sucesso de *Mad Men* vai além da questão estética ou da nova comunicação que se utiliza da transmídia e de recursos de marketing para agradar seu público, pois está profundamente ligado às dúvidas, inseguranças e perspectivas do homem deste tempo, que acabam refletindo nos recursos e estratégias da produção audiovisual e, finalmente, voltam ao espectador para serem consumidas.

REFERÊNCIAS

BRAIT, Beth. **A personagem**. 1ª edição. São Paulo: Editora Ática, 1985

BRETT, MARTIN. **Homens difíceis - Os bastidores do processo criativo de Breaking Bad, Família Soprano, Mad Men e outras séries revolucionárias**. 1ª edição. São Paulo: Editora Aleph, 2014.

BULHÕES, MARCELO. **A ficção nas mídias. Um curso sobre a narrativa nos meios audiovisuais**. 1ª edição. São Paulo: Editora Ática, 2009.

BUSATTO, CLEO. **A arte de contar histórias no século XXI**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2011.

MCKEE, ROBERT. **Story - Subtância, estrutura e estilo**. 1ª edição. São Paulo: Editora Arte e Letra, 2014.

PALLOTTINI, RENATA. **Dramaturgia de Televisão**. 2ª edição. São Paulo: Editora Perspectiva, 2012.

RAHDE, MARIA BEATRIZ. Comunicação e imaginário nos contos do cinema contemporâneo: uma estética em transição. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo. Vol. 5., N. 12, P. 97-112, 2008/MAR.

VIEIRA, ANDRÉ SOARES. **Revista Letras “Literatura, Outras Artes & Cultura das Mídias”**, Programa de pós-graduação em Letras, UFSM, Vol. 34, N. 57, P. 55-71, 2007/JAN.

FURQUIM, FERNANDA. A 1ª Era de Ouro da TV Americana. **Revista Veja**, São Paulo, 2011. Disponível em < <http://veja.abril.com.br/blog/temporadas/televisao/a-1%C2%AA-era-de-ouro-da-tv-americana-1958-1971/>>. Acesso em: jan. 2015.

MERIGO, CARLOS. Breaking Bad e as novas regras da televisão. **Brainstorm9**, São Paulo, 2013. Disponível em < www.b9.com.br/40337/entretenimento/breaking-bad-regras-televisao/ >. Acesso em: out. 2014.

MARTIN, BRETT *In. Autor de livro que analisa séries como Mad Men e Breaking Bad explicou a "nova era de ouro" da TV norte-americana.* **Rio Content Market**, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em <riocontentmarket.com.br/canal/?destaques/13279/> Acesso em: out. 2014.

SANTIAGO, SILVIANO. O narrador pós-moderno. **Literatura Brasileira V.** Disponível em <literaturabrasileiracinco.blogspot.com.br>. Acesso em: 07/08/2014.

SIGILIANO, DAIANA. In: COELHO, THUANY. Os seriados na realidade transmídia. **J.Press - Agência de Reportagens da Jornalismo Júnior**. São Paulo, 2013. Disponível em <jpress.jornalismojunior.com.br >. Acesso em: 09/11/2014.