



## FEMINISMOS AUDIOVISUAIS: REPRESENTAÇÕES EMANCIPATÓRIAS NA SÉRIE TELEVISIVA MAD MEN

*Audiovisual feminisms: emancipatory representations in the mad men television series*

Melo Junior, Mauro de; Mestrando no Programa de Pós-graduação de Artes, Cultura e Linguagens na Universidade Federal de Juiz de Fora, maurodemelojunior@gmail.com<sup>1</sup>

**Resumo:** Por meio de uma abordagem cultural do audiovisual, isto é, de modo a considerar as práticas cênicas como discursos construtores de uma realidade particular trabalhada, busca-se compreender como os figurinos femininos são incorporados e transformados em configuração a uma (ou várias) emancipação feminina ao longo da narrativa seriada *Mad Men: Inventando Verdades*.

**Palavras chave:** Moda; Gênero; Audiovisual.

**Abstract:** *Through a cultural approach of the audiovisual, that is, in order to consider the scenic practices as builders discourses of a particular reality worked, seeks to understand how the female costumes are incorporated and transformed into Configuration to ne (or several) feminine emancipation throughout the narrative Mad Men.*

**Keywords:** *Fashion; Gender; Audiovisual.*

### Introdução:

O cinema demonstrou-se, ao longo do século XX e XXI, como uma importante mídia de comunicação de massa<sup>2</sup>. As composições da linguagem cinematográfica, ou seja, os recursos de produção, iluminação, movimento, enquadramento da câmera, caracterização, construção das personagens e outros, isto é, todas essas particularidades referentes ao cinema na transformação e na construção do “real”, em diálogo com seu espectador, geram impactos na sociedade que o recebe, de modo a criar concepções e visões de mundo, características que o produzem não como um “reflexo” do social, mas

<sup>1</sup> Mestrando na linha pesquisa Arte, Moda - História e Cultura (PPGACL/UFJF). Graduado em História pela UNIFAL- MG, em 2017. Foi bolsista (CAPES) no Programa Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência – PIBID (2015-2017). Apresenta interesse em pesquisas nas áreas de Moda e História; Cinema, Televisão e História; História das Mulheres e Representações.

<sup>2</sup> Salienta-se que o termo “massa” aqui utilizado, refere-se a um grande número de pessoas, e não possui a intencionalidade de homogeneizá-las em uma categoria.





como um agente de intervenção da própria história representada (BARROS, 2011, p. 179).

Parte essencial deste exercício de representação e intervenção histórica dá-se pelo figurino, elemento de composição visual da produção da narrativa que configura todas as roupas e acessórios das personagens, de modo a contribuir para a construção histórica da narrativa audiovisual<sup>3</sup>, propósito este que pode se dar em conformidade, ou não, com a verossimilhança do tempo desejado e em conjunto com a atmosfera pretendida pelos figurinistas e fatores da narrativa audiovisual (DA COSTA, 2002, p. 38).

Em uma representação histórica, atentar-se para a verossimilhança das roupas do tempo e espaço projetados representativamente, é ressaltar que determinado recorte espaço/temporal apresenta uma percepção e um modo cultural estético/material de se compreender nos tratos com os corpos, o que aponta o figurino como um importante elemento constitutivo da narrativa, que tenta, por meio de uma linguagem visual, aludir-se ou reapropriar-se de determinada moda<sup>4</sup> representada no contexto pretendido.

Compreender como o figurino altera-se ou não durante as temporadas, é ressaltar como esta “linguagem” visual é entendida e materializada nos corpos das atrizes/atores, na tentativa de construção de mensagens visuais dos personagens em diálogo com as especificidades técnicas e estéticas intencionadas pelo veículo midiático, de modo a ampliar o leque de associações e percepções comunicativas disponíveis para a trama, é também, por outro lado, sinalizar que “em novelas, minisséries ou seriados, que se prolongam por semanas, meses ou anos, as mudanças do guarda-roupa são

<sup>3</sup> Segundo Lopes, as tipologias do figurino podem ser divididas em: figurino histórico ou de época, aquele que se baseia em determinado período mantendo-se fiel a suas características; o figurino realista que procura uma conformação com a realidade e não volta-se para sua idealização; o figurino alegórico ou simbólico que possui como principal característica a subjetividade; o figurino regional ou folclórico ligado a características particulares de determinadas regiões ou cultura específicas podendo situar-se no passado, presente e futuro; e o figurino reciclado, que possibilita o reaproveitamento de materiais que são transformados em um novo produto (LOPES, 2010).

<sup>4</sup> Ressalta-se que figurino e moda não são sinônimos, o primeiro reapropria-se da moda em um processo de criação das personagens (em conformidade com as intencionalidades da produção), o figurinista não fica necessariamente amarrado às tendências, seu ofício se configura em retrabalhar os códigos da moda e os símbolos da indumentária com o objetivo de comunicar-se com os telespectadores por meio dos aspectos visuais da concepção de uma personagem (MEMÓRIA GLOBO, 2007, p. 2007, p. 16).





corriqueiras, mas não podem se distanciar da linha conceitual das personagens” (MEMÓRIA GLOBO, 2007).

Expandir esta discussão a uma série de ficção seriada gravada, e principalmente de gênero histórico, que interfere “na concepção do tempo histórico e nas formas de fixação da memória social sobre os eventos passados e presentes” (NAPOLITANO, 2008, p. 252), é ir ao encontro de uma periodicidade produtiva que dialoga a todo momento com as demandas de seu contexto, isto é, o da produção, e a do período representado, espaço “localizado” no passado que é “trazido” como representação e que coloca-se na ausência completa deste acesso a esse “já acontecido”. Acessibilidade incompleta esta, mediada por práticas cênicas no que e como representar. Não se trata de um produto pronto que é ofertado aos telespectadores, como uma obra autocontida ou autônoma, mas sim algo que se engendra em uma configuração mais íntima entre produção e público, ao passo que, ao encenar a passagem do tempo em novas temporadas, ativam-se mudanças deste mundo narrativo, perceptíveis na cultura material e hábito de se vestir.

### **O fazer-se mulher de *Mad Men*: inventando verdades.**

A série de televisão dramática estadunidense *Mad Men: Inventando verdades*, foi criada por Matthew Weiner; com produção do mesmo e de Scott Hornbacher. Distribuída por Lions Gate Entertainment, foi primeiramente exibida na emissora de televisão AMC (*American Movie Classics*) em 2007, com 7 temporadas, no total de 92 episódios. A narrativa seriada é construída no “período de ouro” do capitalismo norte americano na década de 1960, em meio às rápidas mudanças políticas e sociais que os Estados Unidos da América sofriam naquele momento, de modo a representar o cotidiano de publicitários conhecidos como *mad men*, “o nome da referida série deriva da Madison Avenue, avenida no maior quarteirão que, durante os anos de 1960, concentrava as principais agências de publicidade norte-americanas, com equipes de criação predominantemente masculina”



(BONADIO, 2014, p.15), homens que realizavam de todos os feitos para conseguirem fechar bons negócios para suas agências de publicidade<sup>5</sup>.

Seu protagonista, Donald Draper, misterioso personagem de Jom Hamm, trabalha inicialmente como diretor de criação na empresa fictícia de publicidade *Sterling Cooper*, ambiente este, que, em primeiro momento, se caracteriza ao espectador como sexista e machista, ao qual se desenvolverá ao longo das temporadas mudanças significativas, principalmente para algumas mulheres da série, dentre elas, Margaret Peggy Olson. “Peggy”, personagem de Elisabeth Moss, atua inicialmente como secretária particular de Donald Draper, é construída a princípio como uma mulher tímida e deslocada que se “aventura” no meio publicitário e que se vestia de uma maneira bem infantil e ultrapassada, segundo seus colegas de trabalho. A personagem, que morava no Brooklin, começa a trabalhar na empresa de publicidade na qual “Don” é diretor de criação. Em seu cargo de secretária, Peggy enfrenta muitas situações que a intimidam e a menosprezam por seu gênero e por sua maneira de vestir-se, tida como “antiquada” para o ambiente publicitário. No decorrer da narrativa, Peggy demonstra uma inclinação aos direitos femininos por suas atitudes e frequentes críticas as publicidades de caráter machista dos produtos e contas gerenciadas pela *Sterling Cooper*, por conta deste “olhar feminino”, não salva de muitos transtornos durante a série, consegue se destacar, ganhar uma maior autonomia e ser promovida dentro da empresa a redatora. Seu figurino e estética também alteram-se, de modo a representar uma nova identidade, mais segura, jovem, com cores mais quentes e uma silhueta mais moderna. Peggy mostra-se ao longo dos episódios, e principalmente na última temporada, um forte caráter feminista.

Outra personagem que enfrenta também ao machismo presente no ambiente publicitário da agência é Joan Harris. Interpretada por Christina Hendricks, atua como secretária geral na agência, espécie de cargo mediador das secretárias e do departamento criativo/administrativo da *Sterling Cooper*. Caracterizada a princípio por seu caráter sensual, cabelos ruivos e roupas justíssimas de cores fortes *à la* Marilyn Monroe. Joan

<sup>5</sup> MAD MEN. Disponível em <[https://www.imdb.com/title/tt0804503/?ref\\_=nv\\_sr\\_1](https://www.imdb.com/title/tt0804503/?ref_=nv_sr_1)>. Acesso em: 18 de junho de 2019.





atua como uma mulher solteira que trabalha “duro” para conseguir seus objetivos, mas que, neste caminho, não deixa sua vaidade, cuidados com seu corpo e imagem em segundo plano. No decorrer dos episódios demonstra-se insatisfeita pelo caráter misógino da empresa, e por ser alvo de constantes comentários sexistas por conta do seu corpo e de seu modo de vestir-se. A personagem também se desenvolve durante as temporadas, e passa por significativas mudanças e críticas dentro da empresa por “utilizar” seu corpo para este feito.

Fora do ambiente do trabalho da agência, encontram-se outras personagens de destaque, e que serão consideradas nesta análise. Elizabeth Hofstadt Francis (ex-Draper), personagem de January Jones, primeira esposa de “Don”, conhecida como “Betty”, se configura no começo da narrativa por desempenhar o papel da “esposa perfeita” do prestigiado e bem-sucedido Donald Draper. De origem alemã, a ex-modelo é caracterizada por seu visual sempre impecável, com cintura marcadas, saias rodada, com cartela de cores leves, claras e delicadas. No início, Betty chama a atenção na narrativa por ostentar uma “vida e família perfeita”. Representa a “dona de casa” dos anos de 1960 que cuidava dos afazeres do lar e da educação das crianças enquanto seu marido trabalhava. Com roupas e cabelos sempre arrumados, até quando lava louças e cuida dos desagradáveis afazeres do lar, Betty expressa-se como uma personagem complexa e demonstra com o passar da trama uma angústia e tédio profundo que não são mais supridos por este estilo de vida, e que resultará em mudanças drásticas em sua experiência. Neste complicado ambiente familiar encontra-se Sally Beth Draper, primeira filha do casal, representada por Kiernan Shipka. Sally representa na série a adolescência do período de 1960, que passa por grandes mudanças características desse período, como o movimento *hippie*, o movimento feminista, a “chegada” da América do Norte à lua, a luta do movimento negro e outros que constroem sua personalidade e fazem-na se questionar sobre seu ambiente familiar. Além disso, a mesma começa a lidar com seu corpo e sua sexualidade, é compreendida como uma criança/adolescente rebelde que não



atinge as expectativas comportamentais de sua exigente mãe Betty, e que, posteriormente, descobre os mistérios e a infidelidade de seu pai.

Outra personagem de destaque é Megan, interpretada por Jessica Paré. Apresentando-se primeiramente como secretária particular de Don, Megan cresce na narrativa por seu jeito juvenil e entusiástico de interpretar a realidade. A mesma se envolve romanticamente com Don e o tira de sua zona de conforto, estacionada na rotina casa e trabalho. Megan é a expressão do espírito jovem e hedônico na narrativa, seu figurino é sempre muito despreocupado com condutas autocontidas, faz uso de minissaias, calças jeans, cores opostas e estampas de póas, brinca com vários penteados e acessórios. A personagem apresenta seu sonho de ser atriz realizado na trama e investe em sua liberdade prazerosa de suas experiências.

No decorrer das temporadas, o personagem de Jom Hamm, tenta coordenar, não de modo bem-sucedido, sua vida profissional e familiar a custo de muitos vícios, traições, desentendimentos e se “escondendo” por meio de uma identidade roubada de um companheiro na Guerra da Coréia quando era soldado. Sempre com cigarro na boca, Don “mostra-se” metaforicamente ao público como a própria fumaça exalada do seu vício, contido em seu opaco e dissimulante revelar-se. O protagonista, cujo verdadeiro nome é Dick Whitman, foge de seu passado e consegue encontrar-se na publicidade, não livre de muitas crises pessoais durante a trama. Sempre cercado por “suas” mulheres, Don molda-se como um personagem de caráter misterioso e contraditório, sua relação com o gênero feminino vai de contido apoio, como acontece com Peggy Olson, a objetificação do corpo feminino, representado em suas inúmeras traições a Betty, ou a sua segunda esposa Megan.

Observa-se, durante as temporadas da série uma crescente representação de ganho de autonomia por parte de algumas mulheres de *Mad Men*, configurações estas que alteram radicalmente a concepção misógina da primeira temporada e que delineiam um novo rumo para trama. Parte deste exercício mostra-se por meio dos figurinos e visuais destas mulheres que alteram-se durante as temporadas de modo a encená-las ou não, como



“emancipadas”. Este ganho de autonomia em consonância com a construção de seus figurinos é significativo para compreender como se dá a relação feminismo e moda em uma representação seriada norte americana dos anos de 1960, período em que o movimento de mulheres cresce em sua segunda onda na Europa e nos Estados Unidos da América, de modo a se caracterizar como um movimento libertário, preocupado não apenas com o espaço da mulher – no trabalho, na vida pública e na educação – mas, que também discute abertamente as relações de poderes entre os gêneros, luta por uma nova forma de relacionamento entre homens e mulheres e prega a autonomia dos corpos femininos (PINTO, 2010, p. 16), considerações estas constantemente representadas em *Mad Men*.

A análise aqui realizada parte de uma fonte audiovisual e leva em consideração a linguagem cinematográfica na representação imagética que os fatores da narrativa desejam encenar. O modo pelo qual a produção interfere na construção da narrativa seriada, seja nas escolhas das personagens, nos conflitos e encadeamentos dos processos históricos da trama, nos aspectos exteriores vinculados à questão econômica e ao público, ao passo que lidam com a “historicidade” do contexto representado e com as marcas e indícios significativos da sociedade que a produziu, configura-se na acepção do cinema como agente histórico, criador de um conteúdo, de uma versão histórica sobre tal fato (BARROS, 2011, p. 180) que pode ser validado ou não por certos grupos. Neste ponto, reflete-se sobre dois níveis de contextos históricos, o representado pela trama e o de produção da mesma nas filmagens de práticas, que carregam em suas encenações, intencionalidades de fazer-se compreender tal qual a abordagem cinematográfica pretendida por seus agentes. Nesta perspectiva, compreender a narrativa seriada como uma representação (CHARTIER, 1990), e, no caso particular, em uma fonte cinematográfica de temática histórica, significa interpretar o objeto audiovisual como uma tentativa de regime de verdade, o que denota entender suas práticas que tentam legitimá-lo como tal, na medida em que procura-se interpretar suas ações, comportamentos e diálogos que tentam ou não sustentá-lo.



Recortar esta problemática a um gênero específico, neste caso, as mulheres, é vincular esta discussão a um modo de aceção histórica feminina por meio de uma(s) História(s) da(s) mulher(es) (PERROT, 2007), o que sugere para um estudo que diverge de uma historiografia universal, em que muitas vezes a figura feminina é secundarizada ou pormenorizada, autorizando um entendimento de uma outra ótica de conhecimento feminino, como agente histórico, protagonista de suas ações.

Atentar-se para as práticas que produzem ou não discursivamente esta legitimação e entendimento de mundo em uma série televisiva, é ter em consideração quais apontamentos cruzam-se, entropem-se e omitem-se na construção e divulgação de imagens e concepções femininas. A análise historiográfica ganha, nesta investigação multifacetada, isto é, por estudar *Mad Men* como uma representação fomentada por práticas e por analisar a narrativa por meio de uma ótica filógina, riquezas de detalhes que auxiliam um conhecimento mais específico ao considerar a não linearidade dos sujeitos “homens” e “mulheres”, ao passo que propicia a valorização outras de instrumentos de análises, em particular, o trato com os corpos e seus figurinos.

Conceber o recorte de um gênero específico em uma narrativa seriada por meio de uma ótica feminista de aceção, ligada à História das Mulheres, denota interpretar a construção deste gênero (em sua multiplicidade) no confronto com seu diferentes, o que infere compreender elementos que contribuem para a diferenciação e exportação destas imagens na série televisiva analisada. Neste entendimento, o figurino por ser um dos elementos primeiro de comunicação não verbal com o telespectador, mostra-se de grande relevância, ao passo que possibilita leituras de expressão de individualidades, poder de atração, idade, posições sociais e outras (MEMÓRIA GLOBO, 2007, p. 14) que investem na criação das identidades das personagens, relação esta, entre moda e identidade, que é intensificada a partir da década de 1960, período em que *Mad Men* é representado, por meio de uma moda do consumidor mais diversa estilisticamente e menos unidirecional na questão de classe, que propiciava um meio de construção e de apresentação de personalidade (CRANE, 2011, p. 20).





O recobrimento dos corpos nesta intenção de trabalho analisado, as saias mais curtas, o uso de calças, a ampla cartela de cores, as possibilidades da “tradicional” coqueteira feminina e do visual moderno e confortável, não se mostram apenas como uma observação de silhuetas, mas apresentam-se submetidos a um sistema complexo de renovação – a moda – “que quando aplicado ao vestuário, refere-se a um fenômeno que é novo, mas que foi rápida e amplamente aceito” (CRANE, 2011, p. 61), e que ganha no figurino, por se tratar de uma obra cinematográfica, que versa e “congela” visualmente algum fato, uma reapropriação e afirmação de significados em um momento de transição e de grandes rupturas e alargamentos do campo da moda, como afirma Maria do Carmo Teixeira Rainho:

[...] na década de 1960, especificamente em sua segunda metade, a moda apresentou de fato o novo. As formas, o corte e o comprimento das saias foram alterados radicalmente, desembocando na emergência da minissaia; calças compridas tornaram-se propostas efetivas para as mulheres e o jeans, que durante décadas foram indumentárias de trabalho, viraram uniforme da juventude, apontando para a casualidade e uma quebra na rigidez das roupas; camisas em cores vivas integraram o guarda-roupa masculino, acompanhadas, por vezes, de cabelos longos [...] Esses novos conteúdos da moda promoveram uma ampla exibição do corpo e padrões de beleza que valorizam mulheres magras, jovens e menos artificiais, e homens que se cuidam sem culpa da aparência. Deve-se se destacar ainda os novos agentes da moda, os chamados criadores, que disputam o espaço dos costureiros tradicionais (RAINHO, 2014, p. 32-33).

Práticas do vestir-se constantemente representadas e transformadas em *Mad Men*, de modo a permitir que seus agentes trabalhem na apresentação das personagens em consonância com suas personalidades, espaço e tempo, o que insere este elemento criativo do audiovisual, o figurino de moda, como um importante componente de comunicação da narrativa, que “recobrem” e autoriza material e simbolicamente às mulheres emancipadas de *Mad Men*.

Nesta perspectiva, o uso do conceito de representação de Roger Chartier, juntamente com os diálogos de cinema e história desenvolvidos e trabalhados por alguns teóricos como José d'Assunção Barros, Mônica Almeida Kornis e outros, aliados a concepção da moda representada nos figurinos da série, observadas por meio de uma ótica de acepção epistémica-feminista e discutidas com o apoio de Michelle Perrot, Margareth



Rago, Diana Crane e Maria do Carmo Teixeira Rainho, mostram-se como fundamentais e caracterizam o particular projeto na investigação audiovisual dos figurinos das mulheres de *Mad Men*.

### **Metodologia:**

A análise do filme, e mais precisamente de uma narrativa de ficção gravada, está justamente na consideração de todos os elementos internos, isto é, produção, caracterização, ambientação, sequência de cenas e outros aspectos da linguagem cinematográfica (MARTIN, 2005), e também nos externos, como fomentos para a série, recepção e demandas sociais para a construção desta narrativa, ou seja, o contexto da realização, produção e circulação da obra, que juntos, permitem compreender o objeto audiovisual como uma construção da realidade, isto é, preocupado menos como uma relação de “fidedignidade”, na tentativa de exercer uma clivagem do que aconteceu ou não, mas sim percebê-lo como um objeto cultural, que estabelece “um conjunto de significados partilhados e construídos pelos homens para explicar o mundo” (PESAVENTO, 2013, p. 15).

Por meio da seleção de recortes e descrições formais de cenas e sequências da narrativa seriada, mediante a um processo de decupagem cinematográfica<sup>6</sup>, pretende-se articular uma análise que intenta compreender de modo interdisciplinar – ao passo que faz uso de uma leitura histórica da série, considera a relevância dos elementos cinematográficos nas encenações de práticas cênicas da narrativa, assim como investiga uma abordagem visual da relação de renovação do vestuário no entendimento/revestimento dos corpos das personagens analisadas – a construção e exportação de imagens audiovisuais femininas emancipadas, por intermédio de seus figurinos nas concepções particulares do fazer-se mulher dos fatores da obra ao longo das temporadas de *Mad Men*.

<sup>6</sup> Processo que “recorta” e “desmonta” a estrutura do filme em seguimentos de planos e sequências para um maior preparo do filme sobre o papel, de modo a servir de referência para a equipe técnica. (AUMONT; MARIE, 2006, p. 71).





A análise deve se concentrar menos na autenticidade do registro audiovisual, e sim questionar-se como determinado fato ou evento é representado, como a série vale-se do passado para discutir questões do momento de sua produção. Desse modo, ao ter como análise central a representação da mulher e suas práticas na série *Mad Men*, preocupa-se em como essas mulheres são representadas em uma fonte audiovisual, quais questões do presente cruzam-se naquele recorte histórico específico delimitado pela série para discutir-se um gênero no confronto com seus diferentes, em particular, como os figurinos de época do período representado interferem, colaboram e transformam a construção da figura feminina emancipada e estabelecem uma escrita audiovisual da história vinculada à percepções e construções da produção da narrativa.

#### **Justificativa:**

A escolha da série *Mad Men* para a análise justifica-se por qualificar-se como uma fonte cinematográfica contemporânea que discute, entre outras questões, a temática de gênero e articula essa problemática à questão do vestuário/figurino nas mutabilidades visuais construídas por meio do figurino de moda nas personagens femininas, em diálogo ativo com seus diferentes na narrativa. Analisar como os figurinistas investem nesta “caracterização feminista” para uma sociedade americana, em um tempo já passado, é significativo para compreender discussões atuais possíveis que refletem sobre a identidade do sujeito feminista, ou abandonam seu modelo único de existência, ao passo que assumem a pluralização desta categoria em tempos pós-modernos.

#### **Considerações Finais**

Observar como os figurinos de Peggy Olson se modificam, o cortar de suas madeixas, até então sempre prezas denunciando sua timidez, o encurtar de suas saias e sua repentina explosão cromática no trabalho de autoafirmação de jovialidade e emancipação; compreender toda a mudança de Betty Draper, que no início da trama se apresenta como o ideal de beleza da mulher americana de classe média, física e



metaforicamente apertada em suas saias rodadas com cartela de cores pastéis, que contraditoriamente lhe dão um “ar” de delicadeza e insistem ainda em uma coesão e unidirecionalidade da moda; ou mesmo Joan Harris, que desde do início se afirma como uma mulher independente, com seus constantes vestidos rente ao corpo, o abuso “autorizado” de seu charme para conquistar subversivamente seus objetivos; significa representar neste espaço audiovisual um momento de transição, onde ainda há uma certa acomodação dos costumes, mas também um desejo pelo novo, que se mostra descentrado em suas experimentações, trabalhados em uma visão particular da construção de uma emancipação (ou várias) feminina(s) na construção de sua encenação e no contexto representado.

O destaque a essas mutabilidades das aparências, é em si significativo para compreender toda uma sociedade de mudanças do pós-guerra, na qual, no tangente ao feminino, instituições e hábitos como o casamento, “ser” dona de casa ou trabalhar fora, exaltar as curvas femininas com um vestido ou “render-se” ao conforto e praticidade das calças, deixam de ser vistos como escolhas antagônicas ou excludentes para se apresentarem como possíveis e, principalmente, coexistentes nesta sociedade, no *patchwork* da construção de identidade da mulher americana moderna, neste momento mais liberta, e em plena luta por direitos de igualdade.

Local privilegiado para as mudanças do traje de cena, as narrativas seriadas gravadas de gênero histórico, mostram-se como escolhas que denotam de um modo mais específico o trabalho das aparências em conformidade com condutas socialmente legitimadas por seus agentes. Por apresentarem um maior espaço audiovisual midiático discursivo, permitem um desenvolvimento mais significativo desse meandro social na indicação do “novo”, de modo a “moldar” na cenografia estas configurações, resgatando com exatidão o ponto histórico que a narrativa se insere ou denunciando a passagem do tempo pelas trocas destes elementos visuais (DA COSTA, p. 39). Audiovisualidades trajadas e trabalhadas com cautela pelos feitores da narrativa de *Mad Men*, que não se



mostram inclinados imediatamente ao clichê de uma Revolução sexual jovem em toda à amplitude do tempo representado, isto é, a década de 1960, mas mostram-se com diligência na comunicação de uma perda monolítica legitimada da apresentação das aparências, no maior desenvolvimento de um sistema da moda caracterizado por sua obsolescência programada e na busca por uma afirmação da identidade de suas diferentes personagens, seja em seu aspecto racial ou social, o que denota a importância do trabalho do figurinista como agente e pesquisador dos códigos materiais das aparências, na busca por “corpos ideais” fabricados em relação às escolhas representativas da moda do período encenado, de maneira a lançar mão do não-verbal para a experiência câmera, imagem e telespectador.

### Referências

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. Papyrus Editora, 2006.

BARROS, José D.'Assunção. **Cinema e história** - considerações sobre os usos historiográficos das fontes filmicas. *Comunicação & Sociedade*, v. 32, n. 55, p. 175-202, 2011.

BONADIO, Maria Claudia. *Moda e publicidade no Brasil nos anos 1960*. 1. ed. São Paulo: Nversos, 2014.

CHARTIER, Roger. **A História Cultural: Entre Práticas e Representações**. Lisboa: Difel, 1990.

CRANE, Diana. **Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

DA COSTA, Francisco Araujo. **O figurino como elemento essencial da narrativa**. *Sessões do imaginário*, v. 7, n. 8, 2002.

LOPES, Renata Vieira. *Figurino cenográfico: o acervo do Grupo Divulgação*. Juiz de Fora, 2010. Acesso em: <http://www.ufjf.br/posmoda/files/2010/09/monop%C3%B3s.pdf>. Acesso em: 10 de junho de 2019.



MAD MEN. Disponível em <[https://www.imdb.com/title/tt0804503/?ref\\_=nv\\_sr\\_1](https://www.imdb.com/title/tt0804503/?ref_=nv_sr_1)>. Acesso em: 18 de junho de 2019.

MEMÓRIA GLOBO. **Entre tramas, rendas e fuxicos**. O figurino na teledramaturgia da TV Globo. Rio de Janeiro: editora Globo, 2007.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**; trad. Lauro António e Maria Eduarda Colares. Lisboa: Dinalivro, 2005.

NAPOLITANO, Marcos. **A história depois do papel**. In PINSKY, Carla B. (org.). Fontes históricas. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008. p. 235-289.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2007.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História & história cultural**. São Paulo: Autêntica, 2013.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Feminismo, história e poder**. Revista de sociologia e política, v. 18, n. 36, p. 15-23, 2010.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **Moda e revolução nos anos 1960**. Contra Capa, 2014.

