

> DE *UGGLY PEGGY* A *WORKING GIRL*: FIGURINOS COMO OBJETOS DE LEITURAS DE MUNDO NA CONSTRUÇÃO DO DISCURSO FEMINISTA DE PEGGY OLSON EM *MAD MEN*

MAURO DE MELO JUNIOR
UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

Resumo >

Em vista ao grande aumento de discussões do campo feminista nos últimos anos, principalmente dentro do segmento do audiovisual, este artigo busca discutir a ideia de uma construção feminista por meio dos figurinos e caracterizações da personagem Peggy Olson na série televisiva *Mad Men* (2007). No encontro entre objetos distintos, a moda e o figurino, os diálogos entre os novos ideais exportados ao longo dos anos de 1960 e os rumos trilhados pela personagem analisada, ganham resultados norteadores na construção contemporânea de um produto seriado audiovisual preocupado com uma “forte” e questionável representação feminina.

Palavras-chave >

Figurino; Moda; Narrativa seriada; Feminismo; audiovisual.



> DE *UGGLY PEGGY* A *WORKING GIRL*: FIGURINOS COMO OBJETOS DE LEITURAS DE MUNDO NA CONSTRUÇÃO DO DISCURSO FEMINISTA DE PEGGY OLSON EM *MAD MEN*

Mauro de Melo Junior

> maurodemelojunior@gmail.com

Mestrando em Artes, Cultura e Linguagens
Universidade Federal de Juiz de Fora

Introdução

Símbolo de emancipação feminina em narrativas seriadas, Margaret Peggy Olson (Elisabeth Moss) ou simplesmente Peggy, é frequentemente apontada em rodas de conversas, endereços eletrônicos e até pesquisas acadêmicas que se dedicam a discutir/ investigar a relação entre feminismo e representação audiovisual histórica. Tendo sua experiência vivenciada na série televisiva *Mad Men* (2007), rodeada por uma realidade de um misógino e competitivo contexto publicitário, a jovem secretária apresentou seu destino atrelado a fortes reviravoltas em sua carreira profissional, assim como em sua notória mudança de aparência como uma mulher moderna.

Peggy, é fruto de um criador do gênero masculino na casa de seus 50 anos, Matthew Weiner, que a enxergava como uma versão feminina do misterioso protagonista e diretor criativo Donald Draper (Jon Hamm). A personagem é alvo de calorosas discussões que colocam em pauta seu feminismo: arquétipo de emancipação na discussão feminista? Luta possível na década de 1960? Ou feminista branca limitada em sua luta pessoal? Os meandros desta investigação se dedicam a estudar como seus figurinos, ou melhor, as constantes trocas destes, em comparação com os outros personagens da trama, propiciam e colaboram no entendimento de sua emancipação.

O figurino, como elemento constitutivo e relacional da produção audiovisual, assume um importante papel comunicativo nas decisões das escolhas dos personagens, sugerindo por meio de seu uso, mudanças de personalidades, idade, gênero, sexualidade, conformismo, subversão e outros aspectos para uma *visualização primeira* do telespectador, contribuindo, neste exercício, para o desenvolvimento do contexto histórico desejado e se integrando à linguagem do espetáculo que é, geralmente, definida pelo diretor (MUNIZ, 2004).

A noção do figurino como construção de si, ou de uma outra *persona*, um personagem, sintetiza a ideia de que a roupa carrega símbolos, é significante de algo, sendo trajada de acordo com papéis sociais específicos a serem desempenhados (MIZRAHI, 2009).

Essa comunicação não está expressa em um significado fixo, a supor, por exemplo, que, ao utilizar a cor vermelha, o personagem queira dizer que está apaixonado, mas o que se torna relevante em sua análise são que estes mesmos símbolos estão dispostos em uma convenção social, localizada em um contexto histórico específico, *sugerindo* determinada interpretação. Ademais, se observado em uma fonte audiovisual, estes códigos adquirem uma importância específica, ao passo que sua principal função se estabelece em realizar um diálogo das intencionalidades de seus produtores, aproveitando-se de uma roupa ou caracterização crível/interpretável àquele público/telespectador.

As composições da linguagem audiovisual, isto é, os recursos de produção, figurino, som, iluminação, movimento, enquadramento da câmera, caracterização, construção das personagens e outros, enfim, todas essas particularidades referentes ao cinema, televisão e outras mídias audiovisuais, na transformação e na construção de uma narrativa, em diálogo com seu espectador, geram impactos na sociedades que as recebem, de modo a criar concepções e visões de mundo, características que as produzem não como um reflexo do social, mas como um agente de intervenção da própria história representada (BARROS, 2011).

Em uma representação de cunho histórico, narrativa à luz do presente que se dedica a construir algum contexto localizado no passado, que pode ou não ter de fato ocorrido – e aqui se inserem fontes históricas que auxiliam a interpretar a “versão” do acontecido, ou apenas ser ressignificado como contexto para a criação de uma outra história – (PESAVENTO, 2013), atentar-se para o uso das roupas do tempo e espaço projetados é ressaltar que determinado recorte espacial/temporal apresenta uma per-

cepção e um modo cultural estético de se compreender nos tratos com os corpos, o que aponta o uso da história da moda e da indumentária como importantes aliadas do figurinista na construção de um mundo pretense de “realidade”.

1 Diálogos entre moda e figurino “de época”

A construção do audiovisual, principalmente o representativo de um período determinado, se dá justamente pelo propósito de experimentação do contexto trabalhado por seus agentes e a capacidade que este exercício consegue prover ao máximo de reprodução de experiência de mundo em suas exportações, seja no seu cenário, nos diálogos e também nas apresentações das aparências que compõem o *set* de filmagens.

Em uma narrativa, as mediações entre figurino e a moda do período desejado, ganham em suas articulações resultados norteadores, uma vez que o primeiro busca na história da moda, filmes, fotografias e acervos, referências para suas concepções nas elaborações das aparências dos personagens que vão compor a trama, submetendo-os a um recorte de gênero, raça e classe daquele contexto pretendido.

Este exercício de composição criativa da linguagem audiovisual, ou seja, a escolha de roupas, acessórios e caracterizações que irão dispor a apresentação das aparências dos personagens, localizando historicamente a narrativa no avanço do tempo, resulta em escolhas particulares relativas à cultura material que serão clivadas para aquela história, deste modo,

reconstituir as mudanças na natureza da moda e nos critérios que orientam as escolhas do vestuário é um modo de entender as diferenças entre o tipo de sociedade que está aos poucos desaparecendo e o que está lentamente emergindo. Por um lado, as roupas da moda personificam os ideais e valores hegemônicos de um período determinado. Por outro, as escolhas de vestuário refletem as formas pelas quais os membros de grupos sociais e agrupamentos de diversos níveis sociais veem a si mesmos em relação aos valores dominantes. (CRANE, 2011, p. 13).

A “moda” ali representada, este conjunto de valores socialmente validados por um desejo do novo, é articulada a partir de dois eixos de significações em sua capacidade de visualização de mudanças. O primeiro está relacionado aos meandros construídos dentro da própria concepção da narrativa, na qual vestir “y” ou “z” acarretará em consequências que irão de encontro ou não aos envolvimento e embates dos personagens na trama, isto é, este anseio em matéria de construção de desejo de mundo que o personagem irá trazer em sua aparência e que irá (ou não) conflitar discursivamente com modos e formas consideradas “ultrapassadas”, *démodé* para aquela sociedade ou

grupo em questão. Um exemplo a ser trabalhado neste ponto é quando Peggy deixa de trajar roupas de cores pastéis com modelagens lidas como infantis – com saias rodadas e cinturas marcadas, características dos anos de 1950 – de modo a representar seu amadurecimento na história.

O outro modo de significação está justamente na relação entre essa apresentação e a história trabalhada por ela para com seus telespectadores, construindo narrativamente a passagem do tempo e suas alterações em cultura material, seja pela encenação direta dessas mudanças ou por elipses¹. Neste aspecto, as modelagens, que caracterizam o figurino da década de 1960 na série, tornaram-se objetos de desejo na contemporaneidade, o que explica a criação de uma coleção da própria figurinista da série, Katherine Jane Bryant em parceria com a marca *Banana Republic*, inspirada na silhueta sessentinha da narrativa.²

Assim, enquanto a primeira relação de diálogo, da moda e sua capacidade de denúncia de mudança, permeia uma realidade própria, atrelada a ação narrativa ficcional da própria história representada, a segunda estabelece uma relação entre a série e o contexto em que o telespectador está inserido, levando em consideração as regras e as normas sociais específicas do presente de quem recepiona e sua consequente percepção mais ou menos abrupta de distanciamento.

Observar a escolha cênica dessa cultura material construtiva das aparências significa compreendê-la sistematicamente em diferentes períodos, seus agentes, sua disseminação e suas lógicas de uso e mercado, para, a partir daí, trabalhar nas condutas e códigos que vão orientar a escolha dessa linguagem dentro da narrativa, e, consequentemente, de seu tempo e significados intencionados. A este respeito, o estudo do tempo representado em matéria de produções de si é de fundamental importância, ao passo que, é a partir dos diálogos com história, representação e intencionalidade que o figurino se manifesta em sua comunicabilidade.

Em relação ao figurino de moda de um período ou época, necessariamente, é circunscrevê-lo ao seu momento de “nascimento” e “desenvolvimento”, isto é, um sistema cíclico de substituição, no qual o costume de se vestir é continuamente renovado, caracterizando uma obsolescência programada.

1 O termo elipse se refere à omissão proposital de acontecimentos por parte da história, exigindo do telespectador que ele preencha mentalmente os intervalos não encenados (AUMONT; MARIE, 2006).

2 Para saber mais a respeito da coleção: <https://www.amc.com/shows/mad-men/talk/2011/08/banana-republic-collection>

O surgimento do fenômeno da moda é palco de disputas entre os intelectuais de diversas áreas, entende-se, para este exercício, que o início dessas mudanças sistemáticas e cíclicas do vestuário são compreendidas a partir da segunda metade do século XIV e início do século XV, período no qual as mutabilidades visuais se aceleram e aproximam-se dos valores da Renascença, de modo a buscar, em suas exposições, diferenciações permeadas pelo hedonismo e individualismo, nos quais encontram-se também classificações estéticas mais dispostas do masculino e feminino, afastando-se de uma cultura das aparências ligada à tradição e aos grupos sociais específicos, passando da era do costume para a era da moda (DEBOM, 2018).

No século XIX, e, de modo geral, até os anos de 1960, o sistema da moda irá se caracterizar por uma insistência na conformidade da protagonização criativa das classes dominantes e a manutenção de seus estilos de vida por produções de símbolos culturais, de modo a atribuir valores específicos em se diferenciarem das classes populares. Este modelo de distribuição “de cima para baixo”, encontrado na obra de George Simmel, foi a forma mais dominante de disseminação da moda em sociedades ocidentais até os anos de 1960, a partir do pós-guerra, com a preponderância de fatores demográficos e econômicos que aumentaram a influência da juventude em todos os níveis sociais e, principalmente, durante o período de 1960, o sistema de “baixo para cima” se democratiza (CRANE, 2011), qualificando-se por uma ampliação de suas estruturas de distribuição e por uma coexistência de polos disseminadores.

Estas arquiteturas de distribuição nem sempre são hegemônicas em seus períodos, mas, se submetidas aos devidos recortes de raça, gênero e classe social, podem ser utilizadas como um dos primeiros mecanismos para se compreender como os figurinos de determinada produção são articulados no diálogo desejado por seus produtores. De modo geral, uma obra produzida representativamente na segunda metade do século XX, manifesta uma variação mais considerável de silhuetas e construções de identidades, agora não só mais ligadas à classe e a uma “tradição”, como é o caso de *Mad Men*, se qualificando como mais aberta em níveis de experimentações. Em contrapartida, um produto audiovisual intencionado para o começo do mesmo século, ou em períodos anteriores, trabalha em um arranjo social divergente na demonstração das aparências, menos variável em sua unidade estética e mais conservador e rígido na articulação entre classe social e aparência³.

3 O drama seriado *Downton Abbey* (2008), criado por Jullian Fellowes, explora a mudança de vida da aristocracia britânica no início do século XX, no qual um modo de vida distintivo se tornava cada vez mais difícil de ser mantido. Apesar de representar a alteração da silhueta em “S”, conquistada graças a ajuda do espartilho, vestidos império com cintura alta, até o visual *à la garçonne*, os estilos sofrem menos alterações nas individualidades de cada personagem, caracterizando uma unidade estética de silhuetas menos variável ao longo dos episódios. Em contrapartida, em *Mad Men*, os usos dos figurinos estão mais associados no desenvolvimento

O trabalho de um figurinista na escolha das roupas para um determinado período em uma narrativa histórica está intimamente, se não indissociavelmente, ligado aos valores culturais expressos pelo ato de se vestir. As variações das silhuetas, seja em “S”, com calda, “império”, colunar, ampla e outras, invocam a plastificação possível dos corpos socialmente (re)construídos ao longo do tempo, e manifesta, pelos constantes “cobrir” e “descobrir”, apertar e afrouxar dos tecidos, o desejo de mundo *presentificado* de seus agentes.

2 Mídias seriadas capitulares: acúmulo audiovisual das experiências, transformações das aparências

Ao ter como fonte uma especificidade de mídia, a *narrativa em série capitular*, trabalha-se justamente com a questão do contato dos telespectadores a esse contar da história, o modo e a forma como ela é disposta e entregue como produto final. Uma exportação da imagem e do som que é parcial, pelo menos em teoria, e se revela em fragmentos contínuos ao exibir experiências em formas de capítulos paulatinamente distribuídos de acordo com o arranjo intencionado⁴.

Considerações acima que divergem de uma composição audiovisual autônoma, como, por exemplo, um filme que apresenta um desfecho em sua mídia – mas, nem por isso, com suas “amarras” fechadas – ou, uma narrativa seriada de caráter episódico, cujo cada unidade discursiva (episódio) exhibe uma resolução completa do início ao fim, aos quais os personagens tendem a solucionar um problema a que lhes foram impostos, devolvendo até o encerro da história um “estado bruto” inicial, pronto para novos conflitos nos episódios que se sucedem.

A estética da narrativa seriada, principalmente aquela submetida a uma estrutura capitular, permite um tempo discursivo mais longo e apela para uma memória do telespectador, permitindo explorar mais aspectos do desenvolvimento do personagem, uma tridimensionalidade. (PELEGRINI, 2019).

das personalidades dos personagens do que a atribuí-los a determinada classe ou grupo social, possibilitando uma maior variação de silhuetas coexistentes, resultando em diversas construções de si.

4 É discutível o acesso a essas mídias. A serialização pode se demonstrar como um objeto audiovisual autônomo se for experienciada em um momento uno, isto é, sem uma fragmentação experiencial temporal de episódios, uma “maratona da série”. Neste ponto, o que chama atenção é justamente o caráter de um maior tempo discursivo da mídia seriada, que pode propiciar o desenvolvimento mais explorado de seus personagens em termos de disponibilidade temporal ao longo da narrativa.

O figurinista trabalha concomitante ao *storytelling* das narrativas, seu trabalho está inserido como uma das alternativas possíveis para denunciar o desenvolvimento dos personagens, a primeira camada de comunicação para *revelar* e também *esconder* determinados desenvolvimentos.

Este acúmulo de experiências exploradas pela mídia seriada capitular oferece a lógica da narrativa possibilidades de aprofundar sua trama por que investe justamente no não retorno ao ponto de partida em uma espécie de “matéria-prima” dos personagens; suas trajetórias são tomadas como base para as futuras ações, memorizadas e refletidas, prontas para novos desenrolares, se desviando de uma lógica do contar condicionada a uma simplicidade narrativa.

Assim, ao passar por transições internas, além do personagem indicar sua mudança por meio de comportamentos, seu figurino também se altera, servindo como uma espécie de “vitrine” às suas mutabilidades, uma vez que suas ações estão intimamente ligadas às resoluções de seus objetivos.

O “mudar” de roupa ao longo da narrativa, fruto de acúmulo de vivências, escolhas, memorização e de crítica do próprio personagem a sua trajetória, é o prelúdio para o mesmo se mostrar como “novo”, demonstrar seu amadurecimento frente as questões que lhe foram colocadas por seus produtores.

Na representação de um período determinado, que trabalha com um figurino de época intencionado a máxima mimese possível, o trabalho do figurinista está em se relacionar com o passar das unidades discursivas ao longo do tempo e das temporadas, localizando o telespectador e se comunicando com as demandas ideais exportadas pelo discurso da moda do período, adaptadas as personalidades dos personagens.

3 *From Brooklyn to Manhattan: a construção visual meritocrática feminista de Peggy Olson em Mad Men*

Comumente associada às grandes rupturas, ao movimento *hippie*, minissaias, jeans e cabelos longos, a década de 1960 ocupa um lugar no imaginário social que delimita a passagem de um mundo conservador – caracterizado por uma forte arquitetura familiar e social, na qual o homem era tido como centro – para novas formas de experimentações sociais, tanto nas concepções de família bem como nas aparências de seus sujeitos, plurais e multifacetados⁵.

⁵ Sobre a alteração nas arquiteturas familiares, o crescimento de novos rearranjos sexuais, bem como a perda do protagonismo de uma “Alta Cultura” como referência de mundo durante os anos de 1960, ler o capítulo “A

Em seu trabalho intitulado “Moda e Revolução nos anos de 1960”, Maria do Carmo Teixeira Rainho chama a atenção ao falar da década referida adjetivando-a como “revolucionária”. Segundo a autora,

quanto à moda, *grosso modo*, tanto pode responder a um *desejo por conformismo e apaziguamento*, visível, por exemplo, nas vestimentas femininas surgidas após o fim da Segunda Guerra, sintetizadas no *New Look*, de Christian Dior, como pode apontar *para anseios de mudança e quebra nos padrões de comportamento* como entendo que tenha ocorrido nos anos de 1960. Acredito que a ideia de revolução no vestuário, para ser aplicada àquele período, deve ser colocada nos seguintes termos: na década de 1960, especificamente em sua 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 indumentária de trabalho, viraram uniforme da juventude, apontando para uma casualidade e uma quebra na rigidez das roupas; camisas em cores vivas integraram o guarda-roupa masculino, acompanhadas, por vezes, de cabelos longos. (RAINHO, 2014, p. 32-33, grifos do autor).

De modo cauteloso, a autora lida com o aspecto transgressor da moda do período, cruzando suas mudanças e continuidades. Para ela, este período de transição, de grandes rupturas, deve ser compreendido relacionado às suas coexistências entre o “novo” e o “clássico”, o “jovem” e o “antiquado” que disputaram os modos de construções das identidades e que sinalizaram novos, e por que não revolucionários, desejos de mundos de grupos e comunidades diversas.

De acordo com Gilles Lipovetsky, em sua obra intitulada “O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas” (2009), ao longo dos anos de 1960, a alta costura perdeu seu protagonismo criativo e, com a *prêt-à-porter* – que unia produção em massa e qualidade nas fabricações de seus produtos – o sistema da moda se dinamizou e tornou-se democrático, abandonando sua outrora lógica de disseminação dominada pelos valores impostos da Alta Costura atrelados à classe e a uma valorização da feminilidade exacerbada. Assim, ainda segundo Lipovetsky, esta abertura da moda propiciou, principalmente para as mulheres, uma maior diversidade de apresentações de si, um *patchwork* de estilos possíveis compostos por calças, itens do armário masculino, minissaias e até os vestidos românticos característicos dos anos de 1950.

Tanto na criação, como na disseminação e consumo, o sistema da moda se alterou, sugerindo um apelo maior à diversidade nas aparências dos indivíduos, invertendo a lógica das sociedades distintivas. Observar como aquelas modas, que não se encontravam mais em um polo monolítico de disseminação e estética, vestiu as identidades

Revolução Cultural” de Eric Hobsbawm na obra “A Era dos extremos: o breve século XX” (1995).

– naquele momento, fragmentadas e diversas – é tentar analisar como os valores jovens e abertos foram adotados nas concepções de um mundo menos conservador, ainda traumatizado pelo pós-guerra. Expandir esta análise ao audiovisual, neste caso na série televisiva *Mad Men*, em pormenor, nas trocas de figurino da personagem Peggy Olson, é compreender como seus produtores interpretaram cenograficamente, no passar de práticas filmadas para um objeto discursivo midiático seriado, as compreensões do vestir de uma mulher moderna e emancipada.

Mad Men é representada no “período de ouro” do capitalismo norte-americano, apresentando sua trama submetida a aceleradas mudanças políticas e sociais que os Estados Unidos da América sofriam naquele momento: um período de grande efervescência no meio publicitário⁶.

Explorando a diversidade do caráter humano, por vezes, contraditório, a produção de *Mad Men* lança mão de seus personagens multifacetados, compreendidos em uma identidade que se mostrou ramificada e plural no seio dessa ebulição cultural, possibilitando aos mesmos diferentes aprofundamentos narrativos, compreendidos nas diversas facetas exploradas ao longo de suas trajetórias.

Apesar de Don Draper (Jon Hamm) ser articulado como o vetor e personagem principal da série, desempenhando o papel do diretor criativo charmoso, misterioso e regado por caráter decadente cheio de vícios, foi por meio de personagens femininas “complexas” que os produtores ampliaram o escopo da obra⁷. Segundo Brett Martin (2015), a escrita audiovisual da história feminina em narrativas seriadas norte-americanas sofreu significativas modificações nos últimos anos. Para o autor,

embora relegados, na maior parte das vezes, a papéis coadjuvantes, os personagens femininos também se beneficiaram das novas regras da TV e, de repente, começaram a poder desfrutar uma vida que ia além de agir somente como um obstáculo ou um estímulo ao progresso existencial do herói masculino. A partir de então, passaram a ter licença para ser pessoas francamente venais, impiedosas, equivocadas e, às vezes, até mesmo heroicas. Surgiam em cena a esposa, que avaliava seu conforto material, obtido à custa dos crimes que ela sabia terem sido cometidos pelo marido para sustentar a família (*Família Soprano, Breaking Bad*); a prostituta, que insistia na própria dignidade, tornando-se ela mesma cafetina (*Deadwood*); a secretária vinda de Bay Ridge,

6 Após a Segunda-Guerra Mundial, os Estados Unidos apresentaram um forte crescimento econômico centrado no consumo que se pautava em uma ideia de satisfação imediata. Em meio a esse cenário, a publicidade ganhou um forte impulso, amparando seus ideais em sentimentos de felicidade e modernidade AGUIAR; BEZERRA; COVALESKI, 2012).

7 Sobre a representação feminina “complexa” em narrativas seriadas norte-americanas ler o artigo “MULHERES DIFÍCEIS”: a anti-heroína na ficção seriada televisiva americana” (2018) de Mayka Castellano e Melina Meimaridis.

que batalhava por seu lugar ao sol nesse verdadeiro campo de batalha movido a testosterona, que foi o ramo da propagando nos anos de 1960 (*Mad Men*). (MARTIN, 2015, p. 22).

Ao falar de “homens loucos” (tradução de *Mad Men*), notadamente de seus declínios, a narrativa de *Mad Men* aponta para a feminilização desses ambientes, à ascensão das mulheres para além dos espaços domésticos e seus embates de sociabilidades na esfera do público⁸. Neste proveito, uma das personagens que apresenta com maior afinco um discurso feminista, ou que se vale dele para propósitos particulares, como se observará, é justamente Margaret Peggy Olson⁹.



Figura 1 – Joan Harry e Peggy Olson caminhando nos corredores da Sterling Cooper. Fonte: *print screen* do primeiro episódio da primeira temporada de *Mad Men*, capturado na plataforma de *streaming Netflix*, aproximadamente aos 25 min e 35 s. (2020).

Residindo inicialmente no Brooklin, Peggy atuou como secretária particular de Donald Draper, sendo construída, a princípio, como uma mulher tímida e deslocada que se aventurou no meio publicitário e que se vestia de uma maneira bem infantil se-

8 Apesar do título da série poder ser traduzido para o português como “homens loucos”, enfatizando os caracteres duvidosos de seus personagens, o nome “*Mad Men*” deriva de *Madson Avenue*, avenida novaiorquina que, ao longo dos anos de 1960, concentrava as principais agências de publicidade com equipes de criação predominantemente masculina. (BONADIO, 2014).

9 Uma rápida pesquisa na plataforma do *Google* composta pelas palavras *mad men* e *feminismo* proporciona resultados de prevalência à personagem de Elisabeth Moss (Peggy Olson) como arquétipo dos discursos emancipadores. Grande número de *sites* e artigos atribuem Peggy como uma feminista “nata”, que venceu os obstáculos patriarcais submetidos na narrativa.

gundo seus colegas de trabalho. Com vestidos ou combinações de cores pastéis, bainhas longas e cabelos presos em “rabo de cavalo” baixo – sugerindo uma contenção corpórea acrescida de um olhar inocente e amador – a personagem se configurou ao primeiro contato com o telespectador como pouco perspicaz em sua carreira profissional (ver figura 1), características que se alteraram radicalmente no passar das unidades discursivas da trama e que apontaram para uma mudança tanto de sua aparência como de seu comportamento.

Inicialmente, em seu cargo de secretária, Peggy enfrentou muitas situações que a intimidaram e a menosprezaram por seu gênero e por sua maneira de se vestir, tida como antiquada para o misógino ambiente publicitário. No decorrer da narrativa, ela demonstrou uma inclinação aos direitos femininos, por suas atitudes e frequentes críticas às publicidades de caráter machista dos produtos e contas gerenciadas pela *Sterling Cooper*, sinalizando sua insatisfação.

Ainda na primeira temporada, por conta deste “olhar feminino”, especialmente na gestão dos batons da companhia *Belle Jollie*, Peggy conseguiu se destacar, ganhar uma maior autonomia e ser promovida dentro da empresa à redatora, experiências que se acumularam durante o passar da história e acarretaram que, neste caminho, Peggy se transformasse *por e pelo olhar masculino*¹⁰. Assim, seu figurino e comportamento se alteraram, de modo a representar uma nova aparência, mais segura e ativa, com cores mais vivas, uma silhueta moderna e um corte de cabelo no estilo *flip*, com franja e as pontas invertidas, assinalando, possivelmente, uma maior mobilidade, sem amarras e contenções em sua nova identidade (ver figura 2).

10 Na segunda temporada (T2; 11), Peggy corta o cabelo com seu amigo de trabalho Kurt (Edin Gali). A ideia do corte surge depois de um diálogo que Peggy lamenta sobre sua aparência, sendo respondida por Kurt: “Você está no estilo antigo. Esta não é uma mulher moderna que trabalha em escritórios. Eu conserto você”.



Figura 2 – Peggy Olson com sua nova identidade depois de ser promovida à redatora. Fonte: *print screen* do décimo primeiro episódio da segunda temporada de *Mad Men*, capturado na plataforma de *streaming Netflix*, aproximadamente aos 42 min e 20 s. (2020).

Ao longo das temporadas, Peggy foi constantemente obrigada a provar para seus colegas de trabalho, notadamente em sua maioria homens, que “dava conta do recado”, conseguindo administrar suas funções profissionais como qualquer outro homem do ramo publicitário. Não salva de muitas crises pessoais, embates com sua própria família, relacionamentos não frutíferos e pouco estimulantes ao seu desejo de crescimento, a personagem se fortaleceu durante os episódios e começou a acumular mais funções dentro da empresa, esta última que passou por várias modificações de nome e gestão (*Sterling Cooper Draper Pryce e Sterling Cooper and Partners*).

A *working girl* performou tão bem seu ofício neste ambiente corporativo que, por vezes, teve-se a sensação de que o que estava sendo representado era justamente uma versão “Don 2.0”, ou um “Don de saias”, com a vantagem de um controle maior de suas emoções e com problemas de aceitação de si mesmo menores se comparado ao próprio Draper.

Os conflitos que a atropelaram, sua própria demissão, a mudança para outra empresa, seus relacionamentos conturbados, todos os acontecimentos que desenvolveram a personagem na narrativa, apontaram para uma retribuição meritocrática de seu destino rumo a seu reconfortante e merecido lugar de desejo: uma sala particular e bem iluminada.

Peggy Olson foi “jogada” neste ambiente misógino e competitivo e, para isso, teve que se adaptar. Diferentemente de outras mulheres da narrativa, como Joan Holloway (Christina Hendricks), que usou sua sexualidade para conseguir benefícios profissionais, Peggy foi por outro caminho, incorporando convenientemente no passar da trama, o lugar do homem branco, heterossexual, de classe média ou alta, que dita ordens, manda e desmanda. Assim, percebe-se todo um empenho da produção em um “modo de ser masculino”, praticado notoriamente em uma mulher intencionada em sua emancipação pontual de igualdade, rumo a uma autonomia individual e de caráter liberal. Neste sentido,

o feminismo liberal se caracteriza por definir a situação das mulheres como desigual – e não de opressão e exploração – e por postular a reforma do sistema até conseguir a igualdade entre os sexos. As liberais começaram definindo o problema principal das mulheres como sendo o de sua exclusão da esfera pública e reivindicavam reformas relacionadas com a inclusão das mesmas no mercado de trabalho. Desde o princípio tiveram um setor a formar e promover as mulheres para ocupar cargos públicos. (GARCIA, 2018, p. 85).

Em *Mad Men*, a ascensão feminina não foi representada sem empecilhos, houve recortes de raça, gênero e classe que são trabalhados pela equipe nos enfrentamentos ao patriarcado corporativista, no qual cada mulher comunicava mensagens de empoderamento. Todavia, o que se buscou analisar por meio das construções e mudanças dos figurinos da personagem de Peggy – tida para alguns como uma emancipação audiovisual mais acentuada – é justamente se essa “tomada” do poder foi inclusiva ou excludente. Posicionamento este reforçado pela não pretensão ou incômodo ativo de Peggy em mudar o espaço coletivo da agência, mas em se aproveitar de um discurso emancipatório ornamentado por uma constante luta pessoal de se encaixar, como mulher, neste ambiente machista.

Outros encadeamentos também reforçam a posição individual-corporativista da personagem em seu caráter branco e não interseccional de seu feminismo. Seja por sua desconfiança ao abrigar a secretária de Don, Dawn Chambers (Teyonah Parris) em sua casa, duvidando dela sobre a possibilidade de furto ao seu “suado” dinheiro, como também pressupondo que as flores que foram enviadas no dia dos namorados à sua secretária particular Shirley (Sola Bamis), não pertenciam a ela, excluindo a possibilidade de uma mulher negra ser cortejada.

A posição não-interseccional de Peggy sobre Dawn ou Shirley denotou justamente a quem serviu sua própria concepção de emancipação feminina. Neste ponto, principalmente nas últimas temporadas de *Mad Men*, especialmente a partir da 5ª tem-

porada, que representa os anos de 1966 – incorporando em sua narrativa um maior fluxo de mudança social – seu figurino foi pensado para incorporar atributos hierárquicos e masculinizantes. É comum ver Peggy usando acessórios ou camisas brancas que remetem a esse protocolo empresarial e que a inseriram e a legitimaram na perspectiva pela busca por igualdade perante a figura do homem¹¹.

No terceiro episódio da quinta temporada, Peggy realizou uma série de entrevistas de emprego relativo ao setor de criação da Sterling Cooper, tarefa à qual deveria ser feita por Draper (Don), que estava ausente. Neste intuito, os figurinistas arrojaram um visual propício para a ocasião, não remetente à construção de uma feminilidade exacerbada para sua performance. No desenrolar da cena capturada abaixo (ver figura 3), a disposição de Peggy diante de seu entrevistado, Michael Ginsberg (Bem Feldman), é a conduta tanto comportamental quanto de construção de figurino de Draper: autoritária e altiva. A camisa branca, a saia que quase passa despercebida, a maleta de negócios, incorporaram sua legitimidade na tentativa de igualdade no espaço público, aproveitando-se de uma estética corporal e patriarcal em um corpo feminino.



Figura 3 - Peggy Olson no “lugar” de Donald Draper entrevistando de Michael Ginsberg . Fonte: *print screen* do terceiro episódio da quinta temporada de *Mad Men*, capturado na plataforma de *streaming Netflix*, aproximadamente aos 16 min e 10 s. (2020)

11 Neste ponto não se defende uma “roupa de homem” ou “roupa de mulher”. Mas assume-se justamente um comportamento socialmente construído, que foi utilizado na apresentação das aparências da personagem, conduta autoritária e individualista esta reforçada pela mesma ao trajar estas sobreposições em sua composição visual.

Assim, seu figurino esteve imerso em uma construção que se movimentava entre o masculino e feminino, dependendo sempre de uma relação com o outro (VENCATO, 2017), “desenhando” o gênero como categoria relacional e dispondo nas representações audiovisuais de Peggy as intencionalidades de seus produtores.

Sob essa ótica, a individualidade emancipada construída pela personagem de Elizabeth Moss ao longo da narrativa de *Mad Men* se configurou mais por seu aspecto meritocrático do que articulado para uma coletividade, flertando com os interesses capitalistas na exportação de um “feminismo para uma”, tendo em vista que,

dedicado a permitir que um pequeno número de mulheres escale a hierarquia corporativa e os escalões das forças armadas, esse feminismo propõe uma visão de igualdade baseada no mercado, que se harmoniza perfeitamente com o entusiasmo corporativo vigente pela “diversidade”. Embora condene a discriminação e defenda a “liberdade de escolha”, o feminismo liberal se recusa firmemente a tratar das restrições socioeconômicas que tornam a liberdade e o empoderamento impossíveis para uma ampla maioria de mulheres. Seu verdadeiro objetivo não é a igualdade, mas a meritocracia. Em vez de buscar abolir a hierarquia social, visa a “diversificá-la”, “empoderando” mulheres “talentosas” para ascender ao topo. (ARRUZA; BHATTACHARYA; FRASES, 2019, p. 37-38).

A “terceirização” da opressão, como defendem as autoras citadas acima, ou seja, a apropriação do discurso feminista para “algumas” na investida de um silenciamento satisfatório de representatividade feminina, está atrelada aos interesses de um patriarcado que fala sobre mulheres, ou, no caso analisado, que exportam um discurso de uma narrativa audiovisual “de mulheres”, na construção de uma história ainda dominada pela ótica machista de construção. Desse modo,

embora *Mad Men* represente com precisão o cenário de conflito que as mulheres enfrentam, não importa como elas agem e como elas usam sua sexualidade, a série também mostra aspectos do feminismo branco, heterossexual, cis, de classe alta, de segunda onda que Bell Hooks e outras feministas interseccionais argumentam que é alienante, excludente, e até prejudicial para as mulheres que não se encaixam nessas categorias. Quando visto através de uma lente feminista crítica e interseccional, o programa pode ilustrar as opressões que as mulheres brancas enfrentam, assim como as ações desses grupos excluindo outras mulheres; sem essa lente, *Mad Men* comunica uma ideia de feminismo que é, na melhor das hipóteses, incompleta e, na pior das hipóteses, excludente para a maioria das mulheres. (MARINO, 2017, traduzido pelo autor a partir do original)¹².

¹² *Though Mad Men accurately represents the lose-lose scenario women face no matter how they act & how they use their sexuality, it also shows aspects of white, straight, cis, upper-class, second-wave feminism that Bell Hooks and other intersectional feminists argue is alienating, exclusionary, and even harmful to women who don't fit in*

No décimo terceiro episódio da sexta temporada, Peggy se aproveitou da ausência de seu chefe para explorar as sensibilidades de seu lugar de poder. Seu figurino (ver conjunto de figura 4) composto por blusa e calça, ambos estampados nas cores branca, vermelha e preta, sobre uma blusa de frio vermelha, chocam-se com a austeridade da sala de Don. Peggy, no momento capturado, teve a sensação de “ser o chefe”, de estar no comando, no lugar de um homem de negócios.

O quadro propiciado pelo *print* final mostra justamente seu dorso em confronto aos vistosos prédios de Manhattan, reforçando sua constante comparação com Draper. O fato de Peggy estar trajando calças e não um vestido como os utilizados por Joan Harris no ambiente de trabalho, sugerem uma formalidade feminina mais próxima à estética masculina de se vestir. Ainda que a calça seja um item adotado em amplitude no armário feminino durante os anos de 1960, apostar em uma apresentação formal como na figura abaixo, em um espaço de poder “masculino” (a sala de Don), é um modo de conturbar as referências que demarcam o feminino e o masculino, inserindo novas práticas de exposições de si. Naquele momento, tal como os prédios, a carreira de Peggy estava nas alturas, rumo a um crescimento acelerado.



those categories. When viewed through a critical, intersectional feminist lens, the show can illustrate oppressions privilege white women faced as well as the exclusions of those excluded groups of women; without that lens, Mad Men communicates an idea of feminism that is at best incomplete and at worst exclusionary to a majority of women. (MARINO, 2017).



Figura 4 - Peggy Olson na sala de Don Draper. Fonte: *print screen* do décimo terceiro episódio da sexta temporada de *Mad Men*, capturado na plataforma de *streaming Netflix*, aproximadamente aos 45 min e 10 s. (2020).

Assim, a trajetória de Peggy Olson obedece a construção de um passado mediatizado por seu presente (MORETTIN, 2003), suas estratégias durante a trama estão primeiramente atreladas a um “empréstimo” do mundo masculino em seus aprofundamentos narrativos, fabricadas por uma ótica neoliberal machista do século XXI preocupada com uma demanda “pós-feminista” representativa, mas ainda assim inquieta com as feituradas e contornos de suas próprias masculinidades nas experiências de “ser um homem” (MARTIN, 2015).

Ademais, a personagem que tanto lutou contra o patriarcado ao longo das temporadas apresentou seu desfecho articulado a uma manobra simplória e conveniente, apaixonando-se apressadamente pelo misógino Stan Rizzo (Jay R. Ferguson) ao ponto de trocar “eu te amo” no telefone em uma espécie de hipérbole narrativa, um “presente” de seus produtores ao seu caminho ardiloso; afinal, Peggy não poderia trilhar seu caminho sem a presença de um companheiro masculino, sua construção ao longo da história tinha que se voltar ao “objetivo principal” de uma mulher: a busca por um romance.

Impedida nos “45 minutos do segundo tempo” de protagonizar seu caminho na ausência de um homem e abdicando de uma parceria de negócios com sua ex-companheira de trabalho Joan Harris (T7: E13), Peggy optou por continuar em seu lugar

de conforto, intencionada em sua luta pessoal aos homens loucos da *Madison Avenue* e, convenientemente, se parecendo com eles.

Considerações finais

Local privilegiado para as mudanças do figurino em diálogo com discursos idealizados da moda de um período, as narrativas seriadas capitulares de gênero histórico podem mostrar experiências que denotam de um modo mais específico este trabalho das aparências em conformidade com condutas socialmente legitimadas por seus indivíduos naquele espaço/tempo. Por apresentarem um maior espaço audiovisual midiático, permitem o desenvolvimento desse meandro social na indicação do “novo”, de modo a “moldar”, na cenografia configurações sincrônicas ou diacrônicas, resgatando, com exatidão, o ponto histórico que a narrativa se insere ou denunciando a passagem do tempo pelas trocas destes elementos visuais (COSTA, 2002).

Perceber como os figurinos colaboram na exportação comunicativa das mensagens audiovisuais, neste caso, no desenvolvimento da personagem Peggy Olson em sua construção feminista individual, é um dos meios para compreendê-lo como parte estruturante do conjunto da direção de arte na cunhagem do montante audiovisual em questão. É também, por outro lado, analisar como a série, no caso específico da personagem Peggy Olson, tida para alguns como um “arquétipo de emancipação”, apresenta um discurso ainda problemático e limitador da emancipação feminina na feitura de um feminismo para “uma”, alicerçado em uma desconsideração de coletividades outras.

É por meio do empréstimo de um mundo masculino, seja em seu figurino ou em seu comportamento, que a personagem consegue crescer e se destacar na trama. Assim,

se reconhecemos que é um avanço a existência de mulheres que não precisem desempenhar papéis sociais típicos, ligados a uma expectativa limitadora em relação à vivência feminina – como a demanda por mulheres simpáticas, maquiadas e sorridentes – também entendemos que sua liberação dos estereótipos de gênero não pode se dar a partir da aproximação pura e simples com a esfera da masculinidade, como se residisse apenas nesse lócus toda possibilidade de emergência de mulheres fortes. (CASTELANNO, MEIMARIDIS, 2018, p. 19).

Seja no abandono de sua identidade infantil e despreziosa *à la Uggly Peggy*, na mudança de seu cargo e personalidade por meio de uma silhueta mais arrojada, como mulher moderna com visuais coloridos e jovens, até seu “masculinizar-se”,

por meio de um traje corporativo em sua versão Don 2.0, Peggy, mostra-se ao final de sua trajetória, satisfeita e confortável por vencer seus obstáculos pessoais na narrativa, rumo à sua escalada emancipada nos arranha-céus da Nova York dos anos de 1960.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Rafael; BEZERRA, Thiago Vinícius; COVALESKI, Rogério. *Mad Men e o case Lucky Strike: o uso do product placement pelo mercado tabagista*. In: **XIV CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE** –Recife, PE. 2012.

ARRUZZA, Cinzia; BHATTACHARYA, Tithi; FRASER, Nancy. **Feminismo para os 99%: um manifesto**. Boitempo Editorial, 2019.

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

BARROS, José D'Assunção. *Cinema e história - considerações sobre os usos historiográficos das fontes fílmicas*. **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.

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. “*MULHERES DIFÍCEIS*”: *A anti-heroína na ficção seriada televisiva americana*. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 25, n. 1, p. 1-23, 2018.

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

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

DEBOM, Paulo. *Moda: nascimento, conceito e história*. In: **Veredas da História**, [online], v. 11, n. 2, p. 7-25, dez., 2018.

GARCIA, Carla Cristina. **Breve história do feminismo**. Claridade, 2018.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Editora Companhia das Letras, 2009.

MARINO, Elizabeth. **Feminism in Mad Men**. Medium, 2017. Disponível em: <https://medium.com/feminist-philosophy-sp17-class-magazine/feminism-in-mad-men-59406d9214b5>. Acesso em: 18 de setembro de 2020

MARTIN, Brett. **Homens difíceis: os bastidores do processo criativo de Breaking Bad, Família Soprano, Mad Men e outras séries revolucionárias**. Aleph, 2015.

MIZRAHI, Mylene. *O Figurino Funk e a sedução: a roupa, o corpo e a dança na esfera da festa*.

Interseções [Rio de Janeiro], v. 11, n. 1, p. 149-171, 2009.

MORETTIN, Eduardo Victorio. *O cinema como fonte histórica na obra de Marc Ferro*. **História: questões & debates**, v. 38, n. 1, 2003.

MUNIZ, Rosane. **Vestindo os nus: o figurino em cena**. Senac, 2004.

PELEGRINI, Christian H. *Aspectos do personagem no audiovisual: uma abordagem pela narrativa transmidiática*. In: MUANNIS, Felipe de C.; PELEGRINI, Christian H. (org). **Perspectivas do audiovisual contemporâneo: urgências, conteúdos e espaços**. Editora UFJF, 2019.

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

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

VENCATO, Anna Paula. *Narrativas sobre conjugalidade de mulheres que se relacionam com crossdressers*. **Revista Estudos Feministas**, v. 25, n. 1, p. 147-165, 2017.

From “Uggy Peggy” to Working Girl: Costumes as Objects of World Readings in the Construction of Peggy Olson’s Feminist Discourse in Mad Men

Abstract: In view of the large increase in discussions in the feminist field in recent years, especially within the audiovisual segment, this article seeks to discuss the idea of a feminist construction through the costumes and characterizations of the character Peggy Olson in the television series *Mad Men* (2007). In the encounter between different objects, fashion and costumes, the dialogues between the new ideals exported throughout the 1960s and the paths followed by the character analyzed, gain guiding results in the contemporary construction of a serial audiovisual product concerned with a “strong” and questionable female representation.

Keywords: Costume Design; Fashion; Serial narrative; Feminism; audiovisual.

Recebido em 21 de outubro de 2019

Aprovado em 07 de outubro de 2020