

## ENTRE O LAR E O ESCRITÓRIO – AS MULHERES DA SÉRIE *MAD MEN*: UMA ANÁLISE DE ESTEREÓTIPOS FEMININOS DOS ANOS 1960

Carolina Gabriella de Carvalho Sousa<sup>1</sup>

### Resumo

No Ocidente, a década de 1960 foi marcada pela eclosão de diversos movimentos sociais. Entre os costumes enraizados dos anos 50 e a caminho de 1970, nos anos 60 foram rompidos, mas também criados, estereótipos do *american way of life*. Este artigo propõe uma análise da série televisiva *Mad Men*, que apresentou personagens carregados de símbolos que rondavam o imaginário na época. Por meio da narrativa que envolve três personagens femininas, Peggy Olson, Joan Holloway e Betty Draper, que transitam entre os espaços público e privado, entre a cidade e o subúrbio, o escritório e o lar, tomamos conhecimento de alguns dos principais estereótipos femininos da década. E é através da criação destes estereótipos e da tentativa de encaixar estas personagens em “categorias” que percebemos as relações de poder e de gênero que permeiam todos os episódios. O objetivo desta breve análise é compreender como, e até que ponto, as relações de gênero em *Mad Men* podem representar o estilo de vida norte-americano e as principais mudanças sociais nos anos 1960.

**Palavras-chave:** Anos 60. *Mad Men*. Estereótipo. Gênero; Mulheres nos anos 60.

### Abstract

In the West, the 1960's became known for the explosion of an array of social movements. Between the traditional values of the 1950's and heading into the 1970's, there were disruptions as much as the reinforcement of stereotypes regarding the so called "american way of life". This essay aims to interpret *Mad Men*, a TV drama surrounded by characters that embodied many of the decade's symbols. Throughout the show's narrative arc, three female characters: Peggy Olson, Joan Holloway and Betty Draper, represented the transition between public and private spaces, city and suburb, office and home, from which we gather some of the most recognizable stereotypes about women of those times. It is through the fabrication of these stereotypes and the attempts to fit said characters into "categories", we are able to fully grasp power vis-a-vis gender relations set in all episodes. The goal of this brief research is to understand how gender relations in *Mad Men* may represent the american middle class lifestyle and many of the social changes which took place during the 1960's.

**Keywords:** 1960's. *Mad Men*. Stereotype. Gender. Women in the 1960's.

---

<sup>1</sup> Jornalista formada pelo Centro Universitário Newton Paiva. Estudante do Mestrado em Ciências da Comunicação – Estudo dos Media e de Jornalismo pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH) da Universidade Nova de Lisboa. carolinacarvalho.jornalismo@gmail.com

## 1 Introdução

A década de 1960 ainda é retratada como um importante período de transição e eclosão de movimentos sociais (GARCIA, 2013). Várias obras revisitam esse momento e tentam perceber como eram as pessoas desse recente tempo. Uma obra que reconstrói os anos 1960 é o seriado *Mad Men*, do canal AMC. O show recebeu diversos prêmios e elogios da crítica especializada por sua fiel representação dessa década, retratada através do dia a dia dos seus personagens.

Para recriar os anos 1960, foi preciso também mostrar para o público qual era a cultura da época. O que era aceito e normalizado antes, hoje pode causar espanto (como fumar durante reuniões e beber *whisky* no escritório ainda pela manhã). Ao retratar essas pessoas e esses costumes, a série apresenta os principais estereótipos (principalmente femininos) que rondavam o imaginário na altura. Disseminados pela publicidade e cinema, a mulher ainda lutava para se libertar dos papéis herdados dos anos 1950.

Este artigo propõe uma breve análise sobre como as principais personagens femininas da série *Mad Men* foram representadas e apresentadas ao público. Quais são as características empregadas em cada personagem e como elas podem representar os estereótipos femininos nos anos 1960? O objetivo é compreender como as relações de gênero (que seriam aqui relações de poder apresentadas através de personagens estereotipadas e que ocupam “lugares” específicos) em *Mad Men* representam o imaginário da cultura norte-americana dos anos 1960.

Para isso, é feita uma revisão bibliográfica de autores que abordaram em suas obras e textos questões sociais, de gênero e de estereótipos. A análise considera todas as sete temporadas, uma vez que a riqueza de detalhes e a representação da época se dão na narrativa dos personagens e nas transições que eles fazem no decorrer dos anos. Mas por limitações de tempo e espaço é focada principalmente nos dois primeiros episódios da primeira temporada e nos últimos da temporada final. Atenção especial foi dada ao episódio piloto, em que todas as personagens analisadas neste trabalho são apresentadas, e ao episódio final, em que elas abandonam (ou não) os estereótipos estabelecidos no primeiro episódio.

## 2. Fundamentação teórica

### 2.1 *Mad Men* e os Anos 1960: a publicidade na Madison Avenue

*Mad Men* é um seriado de TV norte-americano ambientado na Nova Iorque entre os anos 1960 e 1970, principalmente no ambiente de uma agência de publicidade na Madison Avenue – daí o jogo de palavras que resultou na alcunha adotada pelos publicitários que trabalhavam nessas agências: *Mad Men*. A série está inserida no contexto da Terceira Era de Ouro da Televisão, período que se inicia em 1999 com a série *The Sopranos* (do canal HBO). Este período deu origem a um novo formato de seriado onde o número de episódios e temporadas foram reduzidos, mas por outro lado aumentou-se a duração média de cada episódio bem como alterou-se o paradigma de se contar a história (BARÃO *et al.*, 2015).

A série acompanha a história do publicitário Donald Draper, ou Don, chefe do departamento de criação da agência de publicidade Sterling Cooper, mas desenvolve também a narrativa de diversos personagens, como a esposa Betty Draper, a secretária e depois sócia Joan Holloway e a secretária e posteriormente *copywriter* Peggy Olson. Criado por Matthew Weiner (um dos roteiristas de *The Sopranos*), o seriado foi exibido pelo canal AMC entre 2007 e 2015 e também ficou disponível na Netflix Brasil e Portugal até 9 de junho de 2020. Ganhadora de diversos prêmios, como o *Golden Globe Awards* para Melhor Série de Drama nos anos 2008, 2009 e 2010, *Mad Men* também foi aclamada por sua representação e ambientação fiel dos anos 1960 (Santos, 2019).

Barão (2015) apresenta o seguinte resumo sobre a série:

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 Draper 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 (BARÃO *et al.*, 2015 p. 572).

Nesse ambiente conhecemos a cultura e a sociedade americana dos anos 1960 enquanto assuntos como tabagismo, alcoolismo, misoginia, adultério, divórcio e racismo são introduzidos na narrativa e apresentam a década como “um período histórico de transformações sociais que trazem à tona questionamentos atuais” (SANTOS, 2019, p. 14).

## 2.2 Os anos 1960: uma década de transição?

*Mad Men* retrata alguns dos acontecimentos que marcaram os anos 1960 como representação de pontos importantes de transição para transformações sociais no Ocidente, nomeadamente nos Estados Unidos da América. O contexto da Guerra Fria e o “combate ao Comunismo” moldaram o caráter político e o tecido sociocultural dos anos 1960. No início da década, o novo presidente John F. Kennedy declarou o compromisso com essa posição já em seu discurso inicial (GARCIA, 2013).

A década foi marcada, do ponto de vista da política externa, pela Guerra no Vietnã e, internamente, pela sucessão de eventos que fizeram parte do amplo Movimento pelos Direitos Civis, cuja principal figura era Martin Luther King Jr, importante pastor da Igreja Batista. MLK Jr. almejava uma revolução direcionada não apenas em desmantelar a estrutura racista da sociedade americana, mas que desafiasse o próprio paradigma capitalista, sendo assim necessária formação de coalizões partidárias que englobassem diferentes grupos, unindo raça, etnia, classe e ideologia (Garcia, 2013).

Garcia (2013) argumenta que os anos 1960 nos EUA também demarcaram o centenário da Guerra Civil/Guerra de Secessão, mas pode ser caracterizado em muitos aspectos como uma continuação ou uma segunda versão desse conflito:

Os objetivos de Martin Luther King Jr. no *Black freedom movement*, o papel do presidente Kennedy na cruzada liberal anticomunista, a luta tríplice pelo domínio político nos EUA, entre vozes liberais, radicais e conservadoras, e o início do movimento pela libertação das mulheres fazia parte dessa “guerra civil” e deixou legados na América de hoje (GARCIA, 2013, p. 176)

No que diz respeito às mulheres retratadas no seriado – brancas, de classe média ou alta e com acesso à educação (ainda que limitado e não comparado com o

mesmo acesso dos homens da época) – elas experienciam a segunda onda (ou segunda vaga) do feminismo. O feminismo enquanto movimento organizado pode ser explicado ou “dividido” em ondas, de acordo com os períodos históricos e também com as mudanças sociais características de cada período. A primeira onda, que representa o início do movimento feminista, ocorreu no século XIX, com as sufragistas, na França, Espanha e Estados Unidos, que exigiam o direito à cidadania e à participação nas decisões políticas por meio do voto (NARVAZ e KOLLER, 2006).

Já no século XX, entre as décadas de 1960 e 1970, surge a segunda onda do feminismo, especialmente nos Estados Unidos e na França (Narvaz & Koller, 2006). Enquanto as feministas americanas davam ênfase à busca de igualdade e às denúncias sobre a opressão masculina, o discurso das feministas francesas era direcionado para a necessidade das diferenças entre homens e mulheres serem valorizadas, uma vez que, para elas, a experiência feminina era negligenciada. Ou seja, “As propostas feministas que caracterizam determinadas posições, por enfatizarem a igualdade, são conhecidas como ‘o feminismo da igualdade’, enquanto as que destacam as diferenças e a alteridade são conhecidas como ‘o feminismo da diferença’”(Narvaz & Koller, 2006, p.649).

Nos anos 1960 o feminismo iniciava o auge da sua segunda onda nos Estados Unidos e contou com publicações importantes para as mulheres da época, como o livro *A Mística Feminina* (1963), de Betty Friedan, e *Sex and the Single Girl* (1962), de Helen Gurley Brown, que em 1964 foi adaptado para um filme. Nessa altura, a chamada TV feminina não existia e programas ou filmes com mulheres solteiras em papéis principais eram principalmente comédias (Stewart, 2013).

### 2.3 Estereótipos e gênero

Em uma sociedade em constante transformação, em transição entre o antigo e o novo, como é retratada na série *Mad Men*, qual seria então o “lugar” da mulher? Apesar dos avanços sociais em plena segunda onda feminista, ainda era esperado que as mulheres desempenhassem determinados papéis sociais. Esses papéis eram atribuídos, reproduzidos pelo *mass media* (como campanhas publicitárias e o cinema)

e internalizados como representações (estereótipos) das mulheres americanas daquele determinado período.

O processo de estereotipização ocorre através de uma representação cultural preexistente entre duas ou mais pessoas, ou seja, tanto locutor quanto destinatário(s) fazem uso de esquemas coletivos e de representações culturais para antecipar a imagem e o comportamento do outro (Ferreira et al, 2016). No seriado, por exemplo, esse processo é feito de forma nítida logo no primeiro episódio. Fica claro para os espectadores mais atentos que os personagens são apresentados propositalmente com imagens estereotipadas da época.

De acordo com Bhabha (2010), os estereótipos têm a capacidade de repetibilidade e provocam individuação e marginalização, mas são estabelecidos em uma relação ambivalente. Os estereótipos são, para o autor, modos complexos e contraditórios de representação do *outro* e criam uma “identidade” baseada “tanto na dominação e no prazer quanto na ansiedade e na defesa, pois é uma forma de crença múltipla e contraditória em seu reconhecimento da diferença e na recusa da mesma” (2010, p. 116). Dessa maneira,

Reconhecer o estereótipo como um modo ambivalente de conhecimento e poder exige uma reação teórica e política que desafie os modos deterministas ou funcionalistas de conceber a relação entre o discurso e a política. A analítica da ambivalência questiona as posições dogmáticas e moralistas diante do significado da opressão e da discriminação (BHABHA, 1998, p. 106).

O estereótipo também pode ser entendido como uma imagem (repleta de significados) inserida entre o indivíduo estereotipado e a realidade, com carácter subjetivo e pessoal. Trata-se, portanto, de uma generalização perigosa e criada a partir da falta de e na tentativa de criar conhecimento sobre o outro (Amâncio, 1994, apud Freitas, 2014).

Podemos considerar, portanto, que as relações de gênero são marcadas por processos de estereotipização que estipulam quais são os papéis ou características que homens e mulheres devem assumir. A escritora Judith Butler tratou desse assunto no livro *Problemas de Gênero* (2013). Na obra, Butler rompe com os estereótipos que até então distinguiam sexo e gênero e dá início aos estudos *queer*, questionando a

separação entre sexo e gênero ao desmistificar, por exemplo, o estereótipo feminilidade atribuído à mulher heterossexual. A diferenciação entre ambos partia da premissa de que o sexo é biológico, enquanto o gênero é socialmente construído. Butler (2003) contesta características que eram tidas como naturalmente femininas e defende que o sexo, assim como o gênero, também é uma construção cultural e social.

Expor os atos contingentes que criam a aparência de uma necessidade natural (...) é tarefa que assume agora a responsabilidade acrescida de mostrar como a própria noção de sujeito, só inteligível por meio de sua aparência de gênero, admite possibilidades excluídas à força pelas várias retificações do gênero constitutivas de suas ontologias contingentes (BUTLER, 2003, p. 59).

Os estereótipos retratados em *Mad Men*, principalmente os femininos, são apresentados ao público através da caracterização e da representação dos atores ao interpretar os personagens do seriado. Mas apesar da série apresentar personagens estereotipados, cabe também ao telespectador estabelecer e/ou identificar esses estereótipos. Daí a importância das definições que Bhabha (2010) propõe, como mencionado anteriormente, da criação de estereótipos como uma relação ambivalente, mas também individual. Apesar de estereótipos serem muitas vezes generalizados, preconceituosos e fazerem parte do senso comum, cabe a cada indivíduo estabelecer o estereótipo do *outro* a partir do que este *outro* apresenta.

## 2.4 As personagens femininas de *Mad Men*

Apesar de ter um protagonista (o publicitário Donald Draper) a série desenvolve a narrativa de vários personagens – homens e mulheres. É através desta narrativa que conhecemos as suas histórias e os principais acontecimentos da década de 1960. Há, no entanto, uma visível separação dos espaços ocupados por cada um: o público e o privado. Na série, o espaço público, como nos é apresentado logo no primeiro episódio, é o escritório, o trabalho, a cidade. Já o espaço privado é o lar, a família, o subúrbio. Alguns personagens transitam entre esses ambientes, mas para as personagens femininas ele é delimitado justamente pelas relações de gênero.

Segundo a lógica daqueles contextos históricos de dominação masculina, coube à mulher os cuidados da esfera privada, ou seja, da esfera doméstica, dado um processo de individualização da casa em relação aos espaços públicos, por exemplo, da rua. Em outros termos, para as mulheres foram impostas atividades ligadas ao cotidiano da casa e da família (FERREIRA *et. al.*, 2016, p. 17).

O crescimento da televisão após o fim da Segunda Guerra Mundial representou um “retorno aos valores familiares”, ao mesmo tempo em que se buscava enfatizar os laços comunitários nos bairros afastados das grandes cidades, nascendo assim o subúrbio, uma espécie de agrupamento em larga escala de casas pré-fabricadas atraindo casais sobretudo brancos e de classe média (SPIEGEL, 2004). A autora argumenta que, com base em estudos acadêmicos e na literatura popular dos anos 1950, o subúrbio é a síntese de uma sociedade conformista que dava enorme importância a um conceito específico de “família” e uma “domesticidade” propositalmente contrastante à vida pública. (SPIEGEL, 2004).

Dessa forma, um senso de comunidade foi se permeando na sociedade suburbana através da criação de associações e da crescente participação política de seus moradores, na medida em que iam garantindo “uma posição na esfera *pública* por meio de suas nascentes identidades sociais na vida *privada* enquanto proprietários de terras” (SPIEGEL, 2004, p. 32 - tradução minha). Spiegel (2004) ainda salienta que a arquitetura das casas no subúrbio foi projetada de tal maneira a refletir esta dualidade, sobretudo devido à popularização de um tipo de janela de vidro ampla em que era possível observar da rua o que se passava no ambiente doméstico e que portanto demarcava a fronteira entre o mundo exterior e o mundo interior.

A publicidade foi uma das grandes difusoras do *american way of life*, criando e recriando a imagem dos anos 1950 e 1960 (e também de outras décadas) e reforçando o ideal de perfeição, tanto do estilo de vida quanto das mulheres:

Era preciso não apenas outdoors para vender felicidade, mas também reforçar a ideologia onde quer que estivessem os americanos. Elevar a autoestima, estimular o consumo e criar uma identidade nacional, com esses pressupostos o cinema contribuiria diretamente para a consolidação do *american way of life* (SANTOS, 2019, p. 58).

Das três personagens analisadas neste artigo, duas, Peggy e Joan, ocupam o espaço público (escritório) e uma, Betty, o espaço privado (lar).

#### 2.4.1 Peggy Olson: a boa menina

A série começa em 1960 com a chegada de Peggy Olson (interpretada pela atriz Elisabeth Moss) à agência de publicidade Sterling Cooper para se tornar a nova secretária de Donald Draper, o chefe do departamento de criação. Logo em sua primeira cena, ao entrar no elevador do prédio da Madison Avenue, ela escuta três publicitários da agência conversando, propositalmente para a constranger, sobre outra mulher: “Eu ouvi dizer que ela é uma boa garota”, diz um deles. E o outro responde: “E quem quer isso?” (*Mad Men*. “Smoke Gets Into Your Eyes”. Episódio 1, temporada 1).

Peggy é apresentada como a boa garota. Uma mulher inocente e doce, comparada aos papéis interpretados pela atriz Sandra Dee (SANTOS, 2019). Dee foi uma estrela de Hollywood que ficou famosa por filmes como *Imitação da Vida* (1959), em que interpretou uma garota ingênua. As roupas e o cabelo de Peggy neste episódio são, inclusive, muito parecidos com os que Dee usa no filme.

Ser secretária era um dos poucos empregos que as mulheres poderiam aspirar naquela altura. E embora o escritório – aqui representado como um espaço público, simbolizando a saída do ambiente privado, do lar – possa parecer um lugar de liberdade e empoderamento para as mulheres, também pode ser visto como um local de conflitos de gênero, preconceitos e injustiças (RENIEBLAS, 2012).

Através do estereótipo da boa menina, somos apresentados a uma Peggy que aceita situações de constrangimento, como quando um homem diz que ela deveria mostrar mais as pernas, se referindo ao tamanho da sua saia. Mas Peggy é também a “*new girl*”. Ela representa uma nova geração de mulheres e é a personagem que vai conseguir uma promoção e se tornar uma *copywriter*.

Mas mesmo conquistando esse espaço até então inédito na agência, ela ainda busca por aprovação e reconhecimento do personagem Donald Draper, visto por ela como um mentor. Nessa transição, Peggy passa a pedir (e exigir) melhores condições

de trabalho – como um aumento salarial ou a sua própria sala. Mas a personagem é colocada, principalmente por Don, como alguém em eterna insatisfação.

Quando começa sua carreira publicitária, Peggy vê Don como exemplo, assim como todos ao seu redor na Sterling Cooper, por ser sua secretária, ela vai apreendendo as nuances do chefe, sua forma de lidar com o mundo e sendo, em certa medida, protegida por ele. Essa proteção tem um custo, ser o que parece “a queridinha do chefe” em diversos momentos traz a tona o fato que Don, na realidade, não reconhece suas conquistas, ele vê apenas como resultado direto da sua boa vontade em ter lhe oferecido o cargo (SANTOS, 2019, p. 88).

Ao mesmo tempo, no decorrer da série, Peggy se firma na representação do que seria um novo “tipo” de mulher, cujo objetivo e foco são a carreira. Pelo olhar dos personagens masculinos, Peggy também tem a sua “feminilidade” quase anulada (SANTOS, 2019) ao ser comparada, em um episódio, com a escritora Gertrude Stein. Com o desenvolvimento da personagem, que vai culminar numa ruptura dos estereótipos apresentados nos primeiros episódios, vemos Peggy “abandonando” o seu mentor e partindo para o trabalho em outra agência.

Peggy é um personagem de origem humilde, um ponto de partida que coincide em parte com o do personagem principal, Don. Estamos diante de dois profissionais autoconfiantes, representações do sonho americano. Com seu esforço e talento, Peggy terá sucesso em um mundo de homens, onde se tornará, graças ao seu trabalho, uma publicitária de sucesso. No episódio onze da quinta temporada (“The Other Woman”), ela aceita um contrato como supervisora editorial da agência de publicidade Cutler, Gleason and Chaough (CGC), concorrente direta de Sterling Cooper. Durante uma cena memorável e altamente emocional, Peggy e Don, seu mentor, se despedem. Ela então recolhe suas coisas e sai do escritório. Peggy sorri e, em seu rosto, podemos ler a satisfação do personagem que segue seu próprio caminho pessoal e profissional. Na trilha sonora, ouvimos “You Really Got Me” (1964), do grupo The Kinks, uma música rock enérgica que intensifica os sentimentos de modernidade e força associados a Peggy (MARTÍNEZ, 2019, p. 271).

#### 2.4.2 Joan Holloway: a *femme fatale*

Joan, interpretada pela atriz Christina Hendricks, é a chefe das secretárias da Sterling Cooper. É ela quem mostra à Peggy o escritório e as “regras” do ambiente. Joan expressa a sua sexualidade abertamente e é apresentada como uma personagem que consegue o que quer dos homens através do sexo. Somos então

introduzidos ao estereótipo da *femme fatale*. Ela é comparada à Marilyn Monroe, que em 1953 interpretou uma *femme fatale* no filme *Torrente de Paixão*. A imagem divulgada de Marilyn era sexualizada, tornando-a uma *sex symbol* para a época.

Ao propor uma ideia para uma das campanhas publicitárias da agência, um dos personagens diz: “As mulheres, agora mesmo, têm uma fantasia (...) bem aqui, na América: Jackie Kennedy e Marilyn Monroe. Toda mulher é uma delas (...). Bom, Marilyn na verdade é uma Joan, e não o contrário.” (*Mad Men*. “Maidenform”. Episódio 6, temporada 2).

Ao apresentar o escritório para Peggy, Joan deixa claro a sua ambição: “Em pouco tempo e com sorte você virá morar na cidade como algumas de nós. Mas se você tiver sorte mesmo você ficará no subúrbio e não terá de trabalhar. Vá para casa, pegue um saco de papel e fure os olhos nele. Coloque-o na cabeça, tire a sua roupa e olhe-se no espelho. Avalie onde estão os seus pontos fracos e fortes e seja sincera. (...) Não me interprete mal, mas uma garota como você, com belos tornozelos, deve saber se valorizar.” (*Mad Men*. “Smoke Gets Into Your Eyes”. Episódio 1, temporada 1).

Apesar de se “aventurar” na cidade, o objetivo de Joan é se casar ser uma dona de casa no subúrbio. Ela dá dicas à Peggy sobre como conquistar homens, sobre como se vestir, sobre como e o que falar e ainda indica um ginecologista que pode prescrever a pílula anticoncepcional. Joan não questiona qual o objetivo de Peggy, ela apenas pressupõe que esse (conquistar um homem e se casar com ele) era o desejo de todas as mulheres (SANTOS, 2019).

Joan seria ainda o imaginário da mulher solteira e sexualmente ativa, apresentado no livro *Sex and the Single Girl* (1962), de Helen Gurley Brown, que foi adaptado para o cinema em 1964. Essa mulher estaria “liberta” dos padrões sociais da época (STEWART, 2013), mas apesar de Joan reconhecer e usar seus “atributos” físicos para benefício próprio, ela ainda é objetificada pelos homens da agência, sendo frequentemente retratada como miragem do desejo masculino.

Esse vórtice de sensualidade, sedução e lascívia não era exatamente um sinal de sadia afirmação do relacionamento humano, conforme ficou bem claro à medida que a imagem do homem sedutor da mulher cedia lugar à da mulher perseguidora de homens. Situações sexuais exageradas e pervertidas pareciam necessárias para excitar tanto o herói como o público (FRIEDAN, 1971, p. 227).

#### 2.4.3 Betty Draper: a dona de casa

Ao assistir o episódio piloto, o telespectador só toma conhecimento de que Don, o personagem principal, é um homem casado, nos minutos finais. Nesse momento acontece um pequeno *plot twist* – até então, enquanto estava no “espaço público”, o comportamento do personagem não indicava em nada que ele era casado e pai de dois filhos. A esposa Betty Draper, interpretada pela atriz January Jones, só aparece quando Don volta para a casa, no subúrbio, após um dia de trabalho e drinks. Já é tarde da noite, ela já está na cama e os filhos a dormir.

Essa separação de Betty da outra parte da vida de Don reforça o lugar da personagem enquanto esposa, mãe e dona de casa: o privado. Esta forte divisão apresentada no episódio retrata, também, a separação entre esses dois contextos na década de 1960. Às mulheres cabia o espaço do lar e aos homens o do escritório (Martínez, 2019). Betty representa a sociedade dos anos 1950, descritos por Spiegel (2004) como conformista e ainda muito ligada a um conceito específico de família.

Apesar de vermos pouco de Betty no primeiro episódio, no segundo ela recebe mais destaque. Aí então é comparada à atriz Grace Kelly, que em 1956 abdicou da carreira para se casar com o príncipe de Mônaco. “Alguém já te disse que você é a cópia exata da Grace Kelly?” (*Mad Men*. “Ladies Room”. Episódio 2, temporada 1). Em *Mad Men*, Betty também abre mão da carreira de modelo para se casar com Donald: ela já chegou onde Joan pretende chegar um dia, ao casamento, e afirma com orgulho que é uma dona de casa como se o acupação oferecesse certo tipo de *status*. Mas é justamente este o problema de Betty na série. Criada para se tornar esposa, ela é obcecada em manter as aparências e não entende o que pode estar errado. Algo que Friedan (1971) chamou de o “problema sem nome”:

O problema permaneceu mergulhado, intacto durante vários anos, na mente da mulher americana. Era uma insatisfação, uma estranha agitação, um anseio de que ela começou a padecer em meados do século XX, nos Estados Unidos. Cada dona de casa lutava sozinha com ele, enquanto arrumava camas, fazia as compras, escolhia tecido para forrar o sofá, comia com os filhos sanduíches de creme de amendoim, levava os garotos para as reuniões de lobinhos e fadinhas e deitava-se ao lado do marido, à noite, temendo fazer a si mesma a silenciosa pergunta: “É só isto?” (FRIEDAN, 1971, p. 17).

Já no segundo episódio, o estereótipo de dona de casa feliz (que Betty tenta manter) começa a se desfazer. Pela recusa em acreditar que não é feliz no casamento e que essa infelicidade pode a levar a um divórcio, ela passa a ter crises nervosas ao saber que sua nova vizinha é divorciada. Betty enxerga na vizinha um futuro que ela evita a todo o custo.

## 2.5 Para além do estereótipo

As três personagens analisadas neste artigo apresentam estereótipos femininos comumente divulgados e normalizados para mulheres dos anos 1960. Entretanto, no decorrer da série e a partir do desenvolvimento de cada história, ocorre uma ruptura dos estereótipos estabelecidos nos primeiros episódios (RENIEBLAS, 2012). Isso ocorre com o aprofundamento das suas narrativas.

Após deixar Don, para ir trabalhar em outra agência, Peggy acaba por voltar a trabalhar com ele. Não por opção, mas por uma fusão entre as duas agências de publicidade. No desenrolar da história, Peggy ganha mais autonomia profissional e é novamente promovida, à medida que Don fica cada vez mais irresponsável no trabalho devido ao declínio de sua vida pessoal (aqui os dois ambientes passam a se cruzar e a interferir um no outro, rompendo inclusive a ideia de que há uma separação clara e objetiva do “público” e do “privado”). Enquanto Don “cai”, Peggy ascende.

Com uma mudança na agência, os sócios e funcionários da agora Sterling Draper Cooper & Sócios passam a trabalhar na McCann-Erickson, uma grande agência que atendia contas importantes, como a Coca-Cola. Ao se despedir do antigo escritório, Peggy mantém um diálogo com um dos sócios, Roger Sterling, com quem nunca desenvolveu uma relação muito próxima. Ele dá para ela um quadro que

pertencia a outro personagem. No quadro, um polvo faz sexo oral em uma mulher: “Meu Deus, o que é isto?”, questiona Peggy sobre o quadro. “É um polvo dando prazer a uma mulher. Era do Cooper. Estava em seu escritório desde sempre. Você pode ficar com ele. Pode colocar no seu escritório”, responde Roger. “Não. Eles não me levariam a sério”, diz Peggy. “É bem sério. É um quadro de 150 anos”. “Você sabe que tenho de deixar os homens confortáveis”, rebate Peggy. E Roger responde: “Quem te disse isso?” (*Mad Men*. “Lost Horizon”. Episódio 12, temporada 7).

A série externaliza a transformação de Peggy ao abandonar o estereótipo “boa menina”. Ela não tenta ser um homem (presumindo estereótipos de que homens teriam ou não determinados comportamentos), tão pouco insiste em manter os colegas de trabalho confortáveis com a sua presença. A aprovação de seu chefe e mentor, Donald Draper, e de outros neste ambiente não é mais colocada em pauta. A personagem rompe este estereótipo ao caminhar para o seu novo escritório com um cigarro na boca e carregando um quadro sexual. Joan é uma das personagens que mais passa por transformações. Ela se casa, abandona o trabalho (mas depois volta por necessidades financeiras), tem um filho (do amante, Roger Sterling) e pede o divórcio. Joan percebe que a vida que ela sempre quis não é tão “cor de rosa”.

Quando um cliente da agência pede uma noite com Joan em troca do fechamento de um negócio ela aceita em troca de uma parte na sociedade da empresa. Os sócios concordam e Joan torna-se, então, uma sócia. Independentemente de julgamentos morais sobre definir se essa é ou não uma atitude correta, a discussão sobre o assunto no episódio só envolve esse critério (moral) por Joan ser uma mulher (SANTOS, 2019, p. 95). Mas antes mesmo de ser sócia da agência, o comportamento de Joan havia mudado ao ponto que o espectador conseguia perceber que havia mais para além do estereótipo.

As primeiras impressões podem nos levar a pensar que seja uma megera ruiva, mas acaba por se revelar uma pessoa muito agradável e encantadora. E como uma mulher do mundo atrevida, é uma virada surpreendente descobrir que ela é a menos progressista das três mulheres. Não toma a iniciativa como Peggy, nem reage como Betty, mas espera pacientemente pelo que lhe é devido. Joan é uma mulher de bem com a vida e satisfeita com os valores e as expectativas daquelas mulheres ainda vivendo antes do mundo da segunda onda (do feminismo) (BARKMAN, 2014, p. 251 *apud* SANTOS, 2019, p. 95).

Ao ter que trabalhar na McCann-Erickson, Joan praticamente regressa aos primeiros episódios da série ao ser, forçadamente, vista como objeto. Ela é assediada pelos colegas de trabalho, mas diferentemente da “antiga” Joan, esta não aceita mais o papel que tentam lhe impor. É então que ela procura o personagem Jim Hobart, diretor da McCann, e pede para não trabalhar mais com assediadores. Ele nega e ela o ameaça. Na conversa, ela cita diversos movimentos da segunda onda feminista, que de fato aconteceram entre os anos 1960 e 1970: “As pessoas podem dizer que você é o tipo de garota que não aceita não como resposta, mas não. Você não vai me dizer como eu devo comandar o meu negócio. Encontre uma maneira de superar isso ou espere uma carta do meu advogado”, diz Hobart. Joan responde: “Eu me pergunto quantas mulheres aqui gostariam de falar com um advogado. Eu acho que a Comissão de Oportunidades Iguais de Emprego tem um [advogado]”. “As mulheres adoram este lugar. Você quer nos processar? Estará sozinha”, afirma Hobart. “Não. Eu acho que no segundo em que eu apresentar uma queixa eu terei toda a ACLU [União Americana pelas Liberdades Civis] no meu escritório e Betty Friedan no *lobby* com metade das mulheres que marcharam na quinta avenida. Eu acho que você não ouviu falar sobre o que aconteceu com as mulheres do *The Ladies Room Journal* ou *Newsweek*.” (*Mad Men*. “Lost Horizon”. Episódio 12, temporada 7).

Apesar da grande diferença entre a personagem na primeira e última temporada, Joan ainda rompe com mais um estereótipo. Ela faz um acordo e deixa de trabalhar na McCann-Erickson e, quase em um momento de férias, passa a se dedicar ao seu novo envolvimento amoroso, que a pede em casamento. Mas ao receber uma proposta de trabalho, Joan percebe que pode começar um novo negócio e abrir a sua própria empresa. E então seu par faz com que ela escolha: a carreira ou o casamento. E Joan abre mão do possível casamento para empreender seu próprio negócio na virada dos anos 1969 para 1970.

O desfecho de Betty se mostrou mais trágico. Betty sai de um casamento, ao se divorciar de Donald, para outro, ao se casar com um político. Mesmo aparentemente feliz no novo casamento, a personagem passa a questionar novamente o seu lugar.

Betty desmistifica o caráter feliz da dona de casa, mas paradoxalmente, ela não pode ser considerada uma vítima como dona de casa. O caso dela é mais complicado. Ela reage contra este “problema sem nome” e pede ao marido o divórcio. Ela se casa com um político e ele e Betty vão morar na casa dos Draper. Quando Betty retorna ao seu domínio doméstico e anteriormente odiado, ela torna-se a Betty que o público conheceu nos primeiros episódios (RENIEBLAS, 2012, p. 40).

Enquanto os outros personagens de *Mad Men* progridem com o passar dos anos, que vai culminar em 1970, Betty permanece no papel de esposa. A própria personagem afirma algumas vezes no decorrer da série que é uma pessoa “à moda antiga”. Mas com um pensamento ainda preso ao passado, qual seria então o lugar de Betty?

Ela tenta retomar os estudos e começa um mestrado em Psicologia. Em uma cena da última temporada, Betty cai nas escadas da faculdade, no primeiro dia de aula. O canal The Take<sup>2</sup>, que faz avaliações de narrativas de filmes e séries, sugere que essa queda seja uma referência à tentativa de ascensão e mudança da personagem, ainda muito ligada a um mundo antigo, enraizada nos valores dos anos 1950. Por não pertencer e não conseguir encontrar um lugar neste novo mundo que estaria emergindo após a transição cultural dos anos 1960, Betty falha ao se sentir impotente para escapar de sua própria situação. A queda nas escadas da faculdade simboliza essa tentativa frustrada de mudança e de ascensão.

Na mesma temporada, Betty é diagnosticada com câncer já em estado terminal e é avisada sobre o pouco tempo que tem de vida. Ela se recusa a ficar em um hospital. Regressa para casa e tenta manter o dia a dia sem mudanças – mais uma vez, mantendo as aparências. Ela tenta ainda esconder a doença dos filhos, que acabam descobrindo. Na conversa com a filha mais velha, ela diz: “Eu aprendi a acreditar nas pessoas quando elas dizem que acabou (...). Eu lutei por muitas coisas na minha vida, e é assim que eu sei quando acabou.” (*Mad Men*. “The Milk and Honey Route”. Episódio 13. Temporada 7).

---

<sup>2</sup> Canal de Youtube *The Take*. Disponível em: <https://youtu.be/gHrnNwrz5TU>

De acordo com o criador da série, Matthew Weiner, em entrevista para o site Archive of American Television<sup>3</sup>, ele sempre soube que Betty morreria no final. “É algo que eu falo sobre os impactos das histórias. Desde o começo, sabíamos que a mãe dela morreu logo antes da série começar, muito jovem, e Betty tem a sensação de tragédia sobre ela”. A morte de Betty na última temporada (uma personagem que representou os ideais americanos dos anos 1950), justamente na transição dos anos 1960 para 1970, representa a mudança da sociedade da época e o rompimento de antigos padrões.

### 3. Considerações finais

Em 2015 ia ao ar o último episódio de *Mad Men*. A série chegava ao fim nos anos 1970 após acompanhar toda a transição dos anos 1960, período de enorme efervescência cultural possibilitando a transformação da sociedade americana do pós-guerra para a sociedade de 1970. No que tange aos estereótipos apresentados pelo seriado, é importante dizer que cabe ao público perceber e entender que a estereotipização das personagens trata-se de um problema que envolve questões de gênero muito discutidas nos anos 1960, durante a segunda onda feminista. Ainda que este “problema” seja apresentado e desconstruído no decorrer da série, ele não é abertamente questionado ou apresentado como um problema em si, mas sim apresentado como um “acontecimento natural” daquele período. A não-problematização dos estereótipos de gênero por nenhum dos personagens faz com que o tratamento dado às mulheres da série faça parte da “normalidade” da época (SANTOS, 2019).

Por mais que retratar aquele período implique em colocar os personagens em certos “lugares” e com determinados comportamentos, se uma crítica (com menor ou maior intensidade) fosse feita de forma aberta, por exemplo, na fala de algum personagem, os telespectadores menos atentos ao que foi apresentado poderiam,

---

<sup>3</sup> Entrevista exibida pelo canal *The Take* (2018): <https://youtu.be/gHrnNwrz5TU>

então, entender que há ali um problema social na maneira como as mulheres eram vistas dentro daquele recorte da sociedade estadunidense dos anos 1960.

Ao desenvolver a narrativa do ponto de vista da normalidade, a série peca em deixar que as audiências percebam ou não as questões apresentadas e o que os estereótipos envolvem: relações de poder e de gênero. Relembrando Bhabha (1998), a criação de estereótipos ocorre de forma ambivalente. Supondo, entretanto, que todos os espectadores perceberam a existência ali de um problema não tão silencioso: as personagens abandonam os estereótipos firmados nos primeiros episódios logo na primeira temporada, em uma fundamentada e demorada transição no arco de cada uma. A série apresenta, portanto, uma transformação das personagens. O rompimento dos estereótipos é feito também por parte do público que agora conhece melhor essas mulheres e as suas histórias.

*Mad Men* é uma série aclamada pela crítica e que marcou a Terceira Era de Ouro da Televisão norte-americana. Através de seus personagens, fomos apresentados às principais questões e transformações dos anos 1960, seus hábitos, costumes, sua cultura. E apesar de mostrar o *american way of life* através do desenvolvimento dos personagens, apresentados para retratar como as pessoas daquele período se comportavam, a série surpreende ao desenvolver a narrativa para além do senso comum e do imaginário do “sonho americano” que muitos ainda têm da época. Em *Mad Men*, ninguém é apenas o que aparenta ser.

Após essa breve análise sobre os estereótipos que o público cria e identifica na composição dos personagens, este artigo abre ainda espaço para novas perguntas e estudos sobre estereótipos e questões de gênero. E ainda uma intercessão com o mundo atual, como outros parâmetros de análises e questões que podem ser abordados na série envolvendo raça/etnia/classe/sexualidade. Como por exemplo: seriam estes estereótipos datados da década de 1960 ou eles persistem até aos dias atuais? Ao romper um estereótipo, estaríamos, conseqüentemente, criando outro?

## Referências

- BARÃO, A. C. C., Silva, A.D (2015). Estudos da Narrativa e dramaturgia: Mad Men e os novos diálogos narrativos. Revista Unioeste. Travessias ISSN1982-5935. Vol 09, n 01, 23. <http://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/view/12705>
- BHABHA, H. K. (2010). A outra questão: o estereótipo, a discriminação e o discurso colonial. In: O local da cultura. Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- BUTLER, J. (2003). Problemas de gênero. Feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira.
- COONTZ, S. (2011): A Strange Stirring. The Feminine Mystique and American Women at the Dawn of the 1960s, New York.
- FERREIRA, D. M. M., & PEREIRA, D. V. (2017). Gênero feminino: identidade e estereótipo – Dilma Rousseff em seu primeiro mandato. Revista Do GELNE, 18(1), 1-22. Recuperado de <https://periodicos.ufrn.br/gelne/article/view/11064>
- FREITAS, S. (2014). A mulher e seus estereótipos: Comparando 50 anos de publicidade televisiva no Brasil e Portugal. (Portuguese). Estudos Em Comunicação, 16, 111.
- FRIEDAN, B. (1971). A Mística Feminina. Petrópolis: Ed Vozes Limitada.
- GARCIA, K. A. (2013). The Sixties in the United States in Historical Perspective. Yesterday and Today, 10, 175–182.
- MARTÍNEZ, B. G. (2019). Dialécticas de los personajes femeninos y masculinos en 'Mad men': un análisis cuantitativo y cualitativo. Investigaciones Feministas, 10(2), 257–279. <https://doi.org/10.5209/infe.66493>
- NARVAZ, M. G. & KOLLER, S. H. (2006). Metodologias feministas e estudos de gênero: Articulando pesquisa, clínica e política. Revista Psicologia em Estudo, v. 11, n. 3, 647-654. <http://www.scielo.br/pdf/pe/v11n3/v11n3a20>
- PITZULO, C. (2014). Those Girls: Single Women in Sixties and Seventies Popular Culture Katherine J. Lehman. Journal of the History of Sexuality, 23(2), 312.
- RENIEBLAS, S. S. (2013). Women at Home and Women in the Workplace in Matthew Weiner's "Mad Men." Investigaciones Feministas, 3(0), 33–42. [https://doi.org/10.5209/rev\\_INFE.2012.v3.41134](https://doi.org/10.5209/rev_INFE.2012.v3.41134)
- SANTOS, B. V. (2019). MAD (WO)MEN: O gênero no imaginário social da cultura americana. [http://sotepp.unit.br/wp-content/uploads/2019/08/2019\\_MAD-WOMEN-o-genero-no-imaginario-social-da-cultura-americana.pdf](http://sotepp.unit.br/wp-content/uploads/2019/08/2019_MAD-WOMEN-o-genero-no-imaginario-social-da-cultura-americana.pdf)
- SPIGEL, L. (2004). Welcome to the Dream House: Popular Media and Postwar Suburbs Lynn Spigel. Social Semiotics, 14(3), 352–354.
- STEWART, T. (2013) Those Girls: single women in sixties and seventies popular culture, Historical Journal of Film, Radio and Television, 33:3, 512-515, DOI:10.1080/01439685.2013.806172

**Sites:**

*MAD MEN*: The Tragedy of Betty Draper. The Take (2018). Último acesso a 16 de junho de 2020. Disponível em: <https://youtu.be/gHrnNwrz5TU>

*MAD MEN* (2017). Site oficial do seriado Último acesso a 13 de junho. Disponível em: <https://www.amc.com/shows/mad-men>