

Donald Draper filosofo della nostalgia

Enrico Terrone

Donald Draper as a Philosopher of Nostalgia. *In contemporary media studies, the TV series Mad Men has been analyzed as an example of a nostalgic attitude towards a past era. In this paper, I will proceed the other way round. Instead of using the notion of nostalgia in order to analyze Mad Men, I will use Mad Men in order to characterize on the notion of nostalgia. For this purpose, I will focus on Donald Draper's monologue about nostalgia in the last episode of Mad Men's first season. I will argue that this scene of Mad Men, through its words, its pictures and its sounds, provides us with an insightful philosophical account of nostalgia, understood as a peculiar mental state involving memory, desire and emotion.*

Key words: *tv series; nostalgia; Mad Men; film-philosophy; philosophy of mind; emotions*

Si è molto parlato di *Mad Men* come serie televisiva emblematica di un atteggiamento nostalgico verso il passato, nella fattispecie la società americana allo snodo fra anni Cinquanta e anni Sessanta. Nel saggio “Mourning Becomes the Mad Men: Notes on Nostalgia” Aviva Dove-Viebhan (2013) ha sostenuto che la nostalgia in *Mad Men* comporta una tensione continua fra lo struggimento per un’epoca passata e il disconoscimento dei suoi valori dominanti. Analogamente, nel saggio “AMC’s *Mad Men* and the Politics of Nostalgia” David Pierson (2014) ha mostrato che la nostalgia in *Mad Men* non comporta necessariamente un’adesione ai valori fondanti del sistema sociale passato (nel mondo dei personaggi), ed è invece in grado di supportare un atteggiamento critico nei confronti del sistema sociale presente (nel mondo degli spettatori).

Mentre studiosi come Dove-Viebhan e Pierson partono da una determinata concezione della nostalgia per parlare di *Mad Men*, in questo saggio intendo procedere in senso opposto: partire da *Mad Men* per caratterizzare la nozione di nostalgia. A tal scopo, mi concentrerò su una scena dell’ultimo episodio della prima stagione della serie, che vede Donald Draper – il protagonista, pubblicitario newyorchese – alle prese con una presentazione ai manager della Kodak. Questa scena si può leggere come se fosse un piccolo trattato filosofico sulla nostalgia. La analizzerò dunque come un momento di *film-philosophy* (Warthernberg 2007), ossia un momento in cui una narrazione audiovisiva si propone come discorso

filosofico¹.

Prima di entrare nel merito della nostalgia secondo Donald Draper, mi riservo qualche chiarimento filosofico preliminare. Innanzitutto, la nostalgia è uno stato mentale *intenzionale*: uno stato mentale *che si rivolge a un oggetto*. La nostalgia è sempre nostalgia *di qualcosa*: può essere nostalgia *di* un tempo, o *di* un luogo, o *di* una persona, ma deve essere comunque nostalgia *di*. L'oggetto della nostalgia ha la peculiarità di essere un oggetto assente: non si può avere nostalgia di qualcosa che sta di fronte a noi. Vale a dire che l'oggetto della nostalgia deve essere qualcosa di ricordato (o al più, come vedremo, immaginato). Dunque la nostalgia è uno stato mentale parassitario, per così dire, su stati di memoria; tuttavia, essa non si riduce a una mera memoria, comportando invece una peculiare tonalità emotiva in base alla quale ci si rivolge all'oggetto ricordato. La nostalgia va infatti di pari passo con un desiderio almeno temporaneamente non soddisfacibile, e quindi la memoria assume sfumature emotive di tristezza e sofferenza. D'altra parte la nostalgia non va confusa con il *lutto*, che pure per certi versi le è simile. Sia la nostalgia sia il lutto hanno un oggetto che si presenta come distante e perduto, ma nel lutto l'oggetto è rappresentato come irrimediabilmente perduto, mentre nella nostalgia l'oggetto perduto si presenta come se potesse essere ritrovato. In tal senso la nostalgia ha una dimensione di desiderio – e persino di speranza – che nel lutto è invece assente.

Data questa caratterizzazione generale, vediamo che cosa ci dice Donald Draper. La scena che ci interessa ha luogo nel contesto di un incontro fra i pubblicitari della Sterling e Cooper e i clienti della Kodak. Nella prima inquadratura i due manager della Kodak lanciano la sfida ai pubblicitari: si tratta di trovare un modo convincente per presentare un proiettore di diapositive, la “ruota”, che da quanto risulta dalle analisi di mercato “non è visto come una tecnologia emozionante”.

Nelle inquadrature successive Draper raccoglie la sfida individuando la sua strategia: occorre legare sentimentalmente i potenziali consumatori al prodotto. A tal proposito, Draper si richiama all'insegnamento di un suo vecchio maestro, un

¹ La scena è disponibile sia lingua italiana sia in originale inglese su Youtube, dove può essere trovata facilmente usando come parole chiave “Mad Men” e “Carousel”; si tratta di un segmento relativamente autonomo, che può essere compreso e apprezzato anche da chi non ha mai seguito la serie.

copywriter greco di nome Teddy. Il primo insegnamento di Teddy è che “la cosa più importante in pubblicità è la novità che crea un desiderio”. Ma il tipo di desiderio da suscitare varia di caso in caso. Per certi prodotti – nota Draper richiamandosi al secondo insegnamento di Teddy – non basta un desiderio qualsiasi: “bisogna creare un legame più profondo col prodotto: la nostalgia, che è delicata, ma potente”.

Draper introduce così la nozione di nostalgia presentandola come un sentimento che ha a che fare con il desiderio, ma si rivela più delicata e più potente di un desiderio generico. A questo punto, assistiamo a un cambio di passo decisivo nella scena. Nella sala si spengono le luci, e il proiettore di diapositive si mette in moto. Si entra così nel dominio della *film-philosophy* in senso stretto; da qui in poi, la riflessione di *Mad Men* sulla nostalgia non si avvarrà soltanto di parole, ma anche delle forme espressive peculiari del medium cinematografico: le immagini e i suoni. Questo avviene a un doppio livello: in primo luogo, la situazione “cinematografica” che Draper crea nella sala proiettando la serie di diapositive e accompagnandole con la sua “voce narrante”; in secondo luogo, la rappresentazione cinematografica di questa stessa scena da parte dei realizzatori di *Mad Men*.

Il punto cruciale è che da qui in poi non ci si limita più a descrivere la nostalgia, ma la si esemplifica. Non ci si accontenta di affermare che la nostalgia ha certe caratteristiche: la si mostra direttamente, la si fa vedere e sentire. La nostalgia è *questa cosa qui*.

A questo scopo, Draper sorprende i suoi interlocutori con una mossa a effetto: anziché proiettare immagini didascaliche qualsiasi, carica nel proiettore una serie di fotografie personali, che lo ritraggono nei momenti più felici della sua vita passata: il matrimonio con Betty e l’infanzia dei suoi due figli Sally e Bobby. Così facendo, Draper non si limita a parlare della nostalgia ma ne fornisce un caso paradigmatico, il caso che egli conosce meglio di tutti: la *sua* nostalgia.

Dopo avere dato avvio alla serie di diapositive, Draper riprende il suo discorso sulla nostalgia: “Teddy mi disse che in greco nostalgia significa letteralmente dolore che deriva da un’antica ferita”. Qui lo spettatore che abbia un minimo di familiarità con l’etimologia resta perplesso. ‘Nostalgia’ è un termine

introdotto nel 1688 dallo studente di medicina Johannes Hofer nella sua tesi di laurea sulle patologie psichiche dei mercenari svizzeri al servizio di Luigi XIV. Il termine deriva dal greco 'algos', che significa *dolore*, e fin qui ci siamo, ma l'altro termine greco in gioco è 'nostos', che significa *ritorno*, non "antica ferita". Etimologicamente, la nostalgia è un dolore che deriva dal desiderio del ritorno.

Perché Draper sbaglia l'etimologia? È il suo amico Teddy che gli ha riferito una cosa falsa e lui gli ha ingenuamente creduto? Oppure sono gli autori stessi di *Mad Men* a essere responsabili di questo errore? Difficile stabilirlo con certezza. In ogni caso, la falsa pista epistemologica ci dice qualcosa sulla nostalgia di Draper medesimo, ci dice che essa deriva "da un'antica ferita"; sebbene essa abbia *per oggetto* le scene di felicità coniugale che vediamo proiettate sullo schermo, la sua *causa* non risiede in quelle stesse scene felici, ma in una ferita dolorosa che le precede e che si allunga su di loro come un'ombra inquietante.

Avremo modo di tornarci. Per ora limitiamoci a constatare che, dopo questo iniziale svarione etimologico, Draper aggiusta il tiro, caratterizzando la nostalgia come "uno struggimento del cuore di gran lunga più potente del ricordo". Qui la questione sembra perfettamente centrata. La nostalgia è una versione languida e struggente della memoria. Questo ci dice Draper e questo ci mostrano le diapositive proiettate sullo schermo.

La rappresentazione audiovisiva della scena si spinge oltre, esplicitando la struttura intenzionale della nostalgia come stato mentale. Innanzitutto uno stato intenzionale ha un *soggetto*, che è Draper stesso, individuato da una serie di primi piani. Poi vi è un *oggetto*, costituito dai momenti felici passati, enfatizzati da inquadrature a pieno schermo che isolano le diapositive dal contesto in cui sono proiettate, in modo da portare l'attenzione sugli eventi che esse raffigurano anziché sul veicolo della raffigurazione. Queste immagini ci mostrano innanzitutto che Draper non è soltanto il soggetto dello stato nostalgico, ma anche parte dell'oggetto. Vale a dire che egli partecipa a sua volta agli eventi cui lo stato nostalgico si rivolge, comparando nella maggior parte delle diapositive che egli stesso proietta sullo schermo. Questo suggerisce un tratto caratteristico della nostalgia: il soggetto ha normalmente nostalgia non di un passato qualsiasi, ma di un passato da lui stesso vissuto.

Nella struttura intenzionale della nostalgia, oltre al soggetto e all'oggetto, vi è anche un *modo*, ossia una peculiare tonalità emozionale che fa sì che la relazione fra il soggetto e l'oggetto sia uno stato di nostalgia e non un semplice ricordo o un semplice desiderio. La rappresentazione audiovisiva di questa scena contribuisce in maniera decisiva a mostrare in che cosa consiste il *modo* della nostalgia.

A livello visivo, i colori saturi delle diapositive, soprattutto rossi e blu, contrastano significativamente con la dominanza dei neri e dei grigi nella sala in penombra, sottolineando la differenza profonda fra lo spazio in cui si trova il soggetto nostalgico e lo spazio degli eventi ai quali la sua nostalgia si rivolge. Un ruolo decisivo è poi svolto dal fumo. Di fatto, si tratta del fumo delle sigarette che i personaggi di *Mad Men* – notoriamente accaniti fumatori – stanno consumando durante la presentazione. Ma nello stringersi dell'inquadratura sulle diapositive, il fumo perde il legame con la sua origine causale per trasformarsi in un semplice attributo delle immagini, come una nebbia del tempo che si frappone fra il soggetto che prova nostalgia e l'oggetto cui la sua nostalgia si rivolge.

A livello sonoro, il modo nostalgico è reso mediante la combinazione del rumore del proiettore e del commento musicale (che attacca esattamente quando inizia la proiezione delle diapositive, e termina quando la proiezione finisce). La musica è un adagio semplice e struggente, con una linea melodica di fiati su cui si inseriscono fuggacemente alcune note di pianoforte. Una sonorità che sembra esprimere soprattutto la fascinazione e l'incanto che la nostalgia esercita sul soggetto che la prova, facendo apparire il passato come se fosse lì, a portata di mano. Il rumore di fondo del proiettore, su cui si stagliano i colpi secchi al passaggio da una diapositiva all'altra (accompagnati un paio di volte, una all'inizio e una alla fine, da un'inquadratura del macchinario), rimanda invece a una certa meccanicità dello scorrere del tempo, che rende la separazione fra passato e presente irrimediabile.

Mentre scorrono queste immagini e questi suoni, il discorso di Draper prosegue spostando progressivamente l'attenzione dal sentimento della nostalgia in sé al prodotto di cui è questione nell'incontro, il proiettore di diapositive della Kodak. Draper lo descrive nei termini seguenti: “Questo aggeggio non è una nave

spaziale, è una macchina del tempo. Ti può portare avanti, o indietro. Ci porta in un posto dove vogliamo tornare. Non si chiama ruota, si chiama giostra. Ci fa viaggiare nel modo in cui viaggia un bambino: gira e rigira, e poi torna a casa; che è il posto dove sai di essere amato”.

È normale che Draper si concentri sul proiettore: è quanto gli richiede il suo mestiere di pubblicitario. A ben vedere, tuttavia, le parole che Draper usa per descrivere il proiettore si applicano ugualmente bene alla nostalgia in quanto tale. La filosofia della nostalgia continua implicitamente anche quando il discorso di Draper sembra cambiare di tema.

Da una parte, la nostalgia “non è una nave spaziale, ma una macchina del tempo”. Anche quando si ha nostalgia di un luogo o di una persona, si ha sempre nostalgia di ciò che quel luogo o quella persona *sono stati per noi nel passato*. La nostalgia si coniuga sempre al passato, ed ha quindi una dimensione essenzialmente temporale. In questo risiede il suo legame costitutivo con la memoria.

D'altra parte, la nostalgia “ti può portare avanti e indietro”. Non si tratta soltanto di rivivere il passato, ma di riviverlo in un continuo confronto col presente. La nostalgia rappresenta il passato *in quanto passato*, e consiste in un andirivieni ora piacevole ora doloroso fra il passato, che il posto dove “vogliamo tornare”, e il presente, che è invece il posto dove *dobbiamo stare*.

Infine, la nostalgia “ci fa viaggiare nel modo in cui viaggia un bambino: gira e rigira, e poi torna a casa; che è il posto dove sai di essere amato”. La totalità emotiva della nostalgia si rivela essenzialmente legata alle dimensioni dell'amore e dell'infanzia. La nostalgia non è soltanto memoria, ma memoria di un passato che coinvolge e tocca sul vivo perché riguarda una situazione in cui si è stati amati. E la situazione originaria dell'essere amati è l'infanzia.

Il caso paradigmatico di nostalgia è in tal senso la nostalgia della propria infanzia. Quando però si cerca di cogliere l'infanzia nella sua forma originaria, si giunge a qualcosa di così lontano nel tempo da trovarsi al di fuori della portata della memoria. Ecco perché la nostalgia non ha a che fare soltanto con la memoria, ma anche con l'immaginazione. La nostalgia sembra trarre origine da un passato mitico di felicità che trascende il dominio dei ricordi e della storia

personale di cui si è consapevoli: un passato essenzialmente felice che può soltanto essere immaginato, non ricordato.

Questo ci permette di rileggere in una nuova luce l'etimologia erronea da cui Draper era partito: la nostalgia come "dolore che deriva da una vecchia ferita". Di primo acchito, la nostalgia è desiderio di un passato felice che può essere rivissuto nella memoria. La "vecchia ferita" non sembra pertinente a tal proposito. Eppure, quando si cerca di afferrare il passato cui la nostalgia si rivolge, ci si rende conto che esso stesso era venato di nostalgia per un passato precedente, il quale era a sua volta venato di nostalgia per un passato precedente, e così via. La nostalgia, propriamente intesa, è un regresso senza fine. La felicità originaria meritevole di una nostalgia assoluta non si lascia afferrare mai. Al suo posto, si trova soltanto "una vecchia ferita", la ferita che deriva proprio dalla separazione irrimediabile da quello stato di felicità originaria – uno stato che non solo non possiamo rivivere, ma nemmeno ricordare.

Che la nostalgia sia un regresso da un'immagine all'altra, alla ricerca di una felicità originaria che si ritrae di volta in volta, è suggerito anche dall'ordine in cui Draper mostra le dieci diapositive che costituiscono la sua presentazione. La prima (raffigurata prima da un piano d'insieme, e poi a pieno schermo) ritrae i due figli che giocano arrampicandosi su un albero. La seconda mostra Don e la moglie Betty in un prato, che giocano anch'essi come se fossero due bambini, in un momento di tenerezza reciproca. Il fatto che la luce delle due fotografie sia molto simile suggerisce che si tratti di due immagini di un unico evento. La terza foto mostra Don che spinge il figlio Bobby su un'altalena. Nella quarta, Don chiude gli occhi e poggia la testa sulle gambe di Betty come se fosse lui stesso un bambino in grembo alla madre. Nella quinta (simmetrica della prima), di nuovo i due figli, questa volta in un'ambientazione invernale, alle prese con una slitta. Nella sesta (simmetrica della terza), Don porta in spalle la figlia Sally. Nella settima, Bobby gioca con una pistola mentre Don e Sally dormono insieme sul divano (di nuovo Don in un atteggiamento regressivo, che punta verso la sua infanzia).

Nell'ottava diapositiva, il viaggio a ritroso nel tempo sembra trovare finalmente un approdo: Don abbraccia Betty che tiene in braccio la neonata Sally, avvolta in un panno rosa. Siamo finalmente giunti a un punto di origine: la nascita

della primogenita dei Draper, il momento in cui la coppia diviene una famiglia. Eppure, nella nona diapositiva, si ha un nuovo movimento a ritroso: questa volta vediamo Don e Betty che entrano in casa vestiti da sposi. La ricerca dell'oggetto assoluto della nostalgia si spinge oltre la nascita dei figli, per ritrovare la coppia nella sua purezza. Su questa immagine la presentazione sembra chiudersi, dal momento che la diapositiva seguente è un cartello pubblicitario che illustra il prodotto della Kodak.

A sorpresa, però, Draper aggiunge una decima diapositiva – dopo i titoli di coda, per così dire –, che comporta un nuovo balzo all'indietro nel tempo: questa volta vediamo Don e Betty che si baciano a un ballo, presumibilmente agli inizi del loro fidanzamento. Quest'ultima diapositiva è inquadrata prima a pieno schermo e poi in campo lungo (simmetricamente a quanto era stato fatto con la prima diapositiva, mentre tutte le altre erano state inquadrate esclusivamente a pieno schermo). È il segnale che la presentazione è davvero terminata. Allo scatto successivo del proiettore, sullo schermo resta soltanto un rettangolo luminoso, come se la ricerca dell'oggetto assoluto della nostalgia, cercando di oltrepassare anche il momento originario del fidanzamento, fosse approdata a qualcosa di completamente indeterminato e indicibile.

L'angoscia suscitata da questa immagine è smorzata da una piccola gag: Harry Crane, un giovane collega di Draper, si commuove e si alza di scatto, interponendosi fra il proiettore e lo schermo, e la sua goffa ombra va a riempire lo spazio luminoso del rettangolo vuoto. A questo punto Draper spegne il proiettore e le luci in sala si riaccendono. C'è ancora tempo per un paio di inquadrature sui manager della Kodak, in tutta evidenza estasiati e avvinti dalla presentazione. È il *pay off* del *set up* iniziale: la narrazione raccoglie quel che aveva seminato, la sfida che era stata lanciata a Draper all'inizio della scena è stata affrontata con pieno successo. La ricerca dell'oggetto assoluto della nostalgia, invece, è destinata a protrarsi, probabilmente invano, per l'intera serie.

Riferimenti bibliografici

Dove-Viebahn, A., 2013, *Mourning Becomes the Mad Men: Notes on Nostalgia*. In: *Invisible Culture* 17, <https://ivc.lib.rochester.edu/mourning-becomes-the-mad-men-notes-on-nostalgia/> (ultimo accesso 30 novembre 2016).

- Pierson, D., 2014, *AMC's Mad Men and the Politics of Nostalgia*. In: Katharina Niemeyer (ed.) *Media and Nostalgia*. Palgrave Macmillan UK, 2014. 139-151.
- Wartenberg T. E., 2007, *Thinking on Screen. Film as Philosophy*, Routledge, London-New York. Tr. it. di M. Pagliarini, 2011, *Pensare sullo schermo. Cinema come filosofia*, a cura di R. Mordacci, Mimesis, Milano-Udine.