

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

CAROLINA DE OLIVEIRA

**REVISTA PLAYBOY E AS MULHERES: um estudo sobre ensaios fotográficos
de nudez num novo modelo editorial**

Porto Alegre
2018

Carolina de Oliveira

**REVISTA PLAYBOY E AS MULHERES: um estudo sobre ensaios fotográficos
de nudez num novo modelo editorial**

Trabalho de Conclusão apresentado à
Comissão de Graduação do Curso de
Jornalismo da Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do
Sul, como requisito obrigatório para
obtenção do título Bacharel em Jornalismo

*Orientadora: Profa. Dra. Nísia Martins do
Rosário*

*Coorientadora: Me. Paula Coruja da
Fonseca*

Porto Alegre
2018

CIP - Catalogação na Publicação

Oliveira, Carolina de
REVISTA PLAYBOY E AS MULHERES: um estudo sobre
ensaios fotográficos de nudez num novo modelo
editorial / Carolina de Oliveira. -- 2018.
84 f.
Orientador: Nísia Martins do Rosário.

Coorientador: Paula Coruja da Fonseca.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Jornalismo,
Porto Alegre, BR-RS, 2018.

1. gênero. 2. feminismo. 3. fotografia. 4. revista
masculina. 5. nudez. I. Rosário, Nísia Martins do,
orient. II. Fonseca, Paula Coruja da, coorient. III.
Titulo.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os
dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Carolina de Oliveira

REVISTA PLAYBOY E AS MULHERES: um estudo sobre ensaios fotográficos de nudez num novo modelo editorial

Trabalho de Conclusão apresentado à Comissão de Graduação do Curso de Jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito obrigatório para obtenção do título Bacharel em Jornalismo

Aprovada em 12 dez. 2018.

Profa. Dra. Nísia Martins do Rosário – Orientador

Me. Paula Coruja da Fonseca – Coorientadora

Profa. Me. Renata Domingues Stoduto – UFRGS

Dra. Pâmela Stocker – UFRGS

*Dedico este trabalho ao meu pai.
Imagino que você estaria feliz ao ver isso!
Imagino que iríamos comemorar muito.*

AGRADECIMENTOS

Sou tremendamente grata aos meus amigos. Este trabalho só foi possível por uma conjunção de forças que trabalharam para me dar suporte. A Isabela Ribeiro e Ariel Jardim atribuo a concepção do projeto de pesquisa, uma do jornalismo outra da biblioteconomia, cada uma trouxe seu saber para compor esse projeto e ajudar a me recompor no início de 2017.

A Marihá Gonçalves, Jadson Paim, Thaianny Pontes, Natália Lazzarin e Emerson Trindade: vocês foram fiéis escudeiros, companheiros de muitos trabalhos durante a faculdade e fonte de inspiração. Iniciamos essa jornada juntos, terminamos um pouco separados, mas ainda assim sou muito grata a vocês.

A Rafaela de Negri e a Gabriela Gil: as que ouviram minhas angústias em relação a realização, redação deste TCC e toda a loucura que foi este ano. Obrigada por dividirem suas vidas comigo também.

Agradeço também as muitas mulheres que fizeram parte dessa jornada como companheiras, incentivadoras, exemplos. As minhas orientadoras Nísia Martins e Paula Coruja, pela humanidade que tiveram comigo, nem sempre no ambiente acadêmico encontrei tanta bondade. As minhas irmãs Lis e Elisa Reis, por cuidarem de mim, por me proporcionarem tantas referências tanto de cultura como de afeto. As minhas mães de fato: Loiva Stanhke e Marilene Oliveira: vocês duas, são exemplo de tanta superação, significam muito para mim e tive uma sorte incalculável de ser criada por duas criaturas tão incrivelmente fortes.

Ao meu marido, Bruno César Crestani, por ter uma paciência de Jó e me ensinar o lado diplomático da vida.

Aos meus irmãos Júlio César e Clóvis Jr., agradeço pelo bom humor que me ensinaram e a possibilidade de emancipação, exemplo que vocês me deixaram desde tão cedo.

Em 2018 eu perdi meu pai de uma forma muito brusca e inesperada. É a ele quem eu dedico especialmente este trabalho. Clóvis José de Oliveira, meu pai, me incentivou desde muito cedo a perseguir meus ideais e principalmente buscar conhecimento. Meu pai financiou todos os meus estudos, financiou minha saída da minha pequena cidade natal para Porto Alegre há sete anos atrás, quando eu só tinha 17 anos. Eu me entristeço muito sabendo que ele não estará presente na minha

formatura, para ver este sonho se concretizando. Então, deixo aqui um registro que não fui capaz de realizar enquanto ele estava vivo: muito obrigada, pai. O sonho está se concretizando.

"Todas essas imagens, esses discursos, esses fantasmas, me paralisam, me fixam. Me congelam. Transida de frio, inclusive pela admiração deles, seus elogios, o que chamam de seu "amor". [...] já entenderam que eles me repartem, visando o melhor para seus interesses." (IRIGARAY, Este Sexo não é só um sexo)

RESUMO

Em 2015 a Editora Abril encerrou a publicação da revista Playboy no Brasil. Em seguida, outra editora passou a operar a franquia da revista no Brasil, se propondo a fazer uma mudança no modelo editorial e na forma como a nudez feminina era apresentada na revista. Este trabalho se propõe a lançar um olhar sobre as diferenças de construção da mulher na revista Playboy Brasil em dois momentos distintos. O primeiro momento é caracterizado pelo comando da Editora Abril e o segundo pelo comando da editora PBB *Entertainment*. Para este propósito, desenvolvo uma revisão bibliográfica que passa pelo histórico da publicação (SOUZA, 2009), a caracterização do suporte revista (SCALZO, 2004; MIRA, 1997), relação do nu na fotografia com o nu nas artes pictóricas europeias (BERGER, 1999; SONTAG, 2004) e teorias de gênero (BUTLER, 2017; RUBIN, 1993; IRIGARAY, 2017). Por fim, realizo uma análise de dois ensaios fotográficos principais, ou seja, os que constam na capa, da edição de outubro de 2015 e abril de 2016, com base nas categorias propostas por Martine Joly (1992).

Após a análise das imagens e de toda a revisão bibliográfica é possível observar que a edição da editora Abril enfatiza a sexualidade da modelo, não se importando tanto com sua identidade. Já a versão proposta pela PBB Entertainment visa um público diferente, com maior poder aquisitivo, e por esta razão dá ênfase a objetos que simbolizam luxo. Ambas revistas objetificam a mulher e usam padrões comuns para definição de feminilidade.

Palavras-chave: gênero; feminismo; revista masculina; corpo; imagem; Playboy; fotografia.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Grande Odalisca, de Ingrés, 1814.....	32
FIGURA 2 – Juliana Paes, Playboy Maio de 2004	32
FIGURA 3 – O Nascimento de Vênus, de 1484, Botticelli	33
FIGURA 4 – Grasi Massafera, ago. 2005	33
FIGURA 5 – A maja despida, 1787, de Francisco de Goya	34
FIGURA 6 – Fernanda Paes Leme, dez. 2005.....	34
FIGURA 7 – Tipos de ângulos fotográficos.....	47
FIGURA 8 – Formatos de lentes fotográficas objetivas	48
FIGURA 9 – Distorções ópticas causadas pelas lentes fotográficas	48
FIGURA 10 – Print-screen do quadro analítico proposto por Joly (1996).....	52
FIGURA 11 – Foto Iara Ramos, Revista Playboy, Out. 2015	57
FIGURA 12 – Foto Iara Ramos, Revista Playboy, Out. 2015.....	61
FIGURA 13 – Foto Iara Ramos, Revista Playboy, Out. 2015	64
FIGURA 14 – Foto Luana Piovani, Revista Playboy, Abr. 2016.....	67
FIGURA 15 – Foto Luana Piovani, Revista Playboy, Abr. 2016.....	70
FIGURA 16 – Foto Luana Piovani, Revista Playboy, Abr. 2016	73

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Ranking das dez maiores tiragens da revista Playboy	20
Quadro 2 – Características principais dos ensaios analisados	53
Quadro 3 – Significantes plásticos referentes à figura 11.....	57
Quadro 4 – Significantes icônicos referentes à figura 11.....	58
Quadro 5 – Significantes plásticos referentes à figura 12	61
Quadro 6 – Significantes icônicos referentes à figura 12.....	62
Quadro 7 – Significantes plásticos referentes à figura 13.....	64
Quadro 8 – Significantes icônicos referentes à figura 13.....	65
Quadro 9 – Significantes plásticos referentes à figura 14.....	67
Quadro 10 – Significantes icônicos referentes à figura 14.....	68
Quadro 11 – Significantes plásticos referentes à figura 15.....	70
Quadro 12 – Significantes icônicos referentes à figura 15.....	71
Quadro 13 – Significantes plásticos referentes à figura 16.....	73
Quadro 14 – Significantes icônicos referentes à figura 16.....	74

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
2 REVISTA PLAYBOY NOS EUA E NO BRASIL.....	17
2.1 HISTÓRICO DA PUBLICAÇÃO.....	17
2.1.1 A Playboy Brasileira.....	18
2.1.1.1 Depois do auge, a decadência.....	21
2.1.1.2 Uma nova editora.....	22
3 JORNALISMO DE REVISTA E FOTOGRAFIA.....	25
3.1 JORNALISMO DE REVISTA OU AS EDIFICANTES DISCUSSÕES MENS AIS.....	25
3.2 A RELAÇÃO ENTRE LEITORES E REVISTAS – UM CLUBINHO ESPECIAL.....	27
3.3 UM INTERPRETAÇÃO POSSÍVEL - A FOTOGRAFIA NA REVISTA	29
3.4 PARA EUROPEU VER - A FOTOGRAFIA DO NU NA PLAYBOY.....	30
4 TEORIAS DE GÊNERO E FEMINISMO	36
4.1 ONDE E COMO O CONCEITO DE GÊNERO SE FORMOU.....	36
4.2 DE QUAL GÊNERO ESTAMOS FALANDO?.....	38
4.3 O MOVIMENTO FEMINISTA E OS PARADIGMAS ESTRUTURALISTAS.....	39
E PÓS-ESTRUTURALISTAS.....	39
4.3.1 A objetificação.....	40
4.3.2 A beleza e a sexualidade	41
4.3.3 A identidade da mulher e a feminilidade: um problema de gênero?.....	42
5 METODOLOGIA	44
5.1 A REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	44
5.2 A ANÁLISE DE IMAGENS	45
5.2.1 A mensagem plástica	45
5.2.1.1 O suporte.....	46
5.2.1.2 A moldura.....	46
5.2.1.3 Enquadramento.....	46
5.2.1.4 Ângulo de Ponto de vista.....	46
5.2.1.5 Escolha da Objetiva.....	47
5.2.1.6 Composição e paginação	49
5.2.1.7 As formas	50
5.2.1.8 Cores e Iluminação.....	50
5.2.1.9 Textura	51
5.2.2 A mensagem icônica.....	51

5.3 A SELEÇÃO DO CORPUS.....	53
6 ANÁLISE.....	55
6.1 CONTEXTO DOS ENSAIOS.....	55
6.1.1 Contexto do Ensaio Iara Ramos, Editora Abril.....	55
6.1.2 Contexto do Ensaio Luana Piovani, Editora PBB Entertainment.....	55
6.2 ANÁLISE DAS FOTOS.....	57
6.3 SÍNTESE DA COMPARAÇÃO.....	75
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	77
REFERÊNCIAS.....	80

INTRODUÇÃO

A minha vontade de pesquisar sobre gênero e fotografia foi construída aos poucos. Partiu da inquietação sobre o que me tornava mulher, sobre o que fazia com que outras pessoas me chamassem de moleque, sobre o que me excluía de alguns espaços por ser menina demais ou menina de menos.

Já a fotografia foi uma paixão pela mágica do registro, da lembrança que determinada fotografia trazia, de um momento e um sentimento específico que podia ser olhado depois, lembrado.

No final de 2015, num contexto em que a revista Playboy estadunidense parava de publicar fotos de nus, e no Brasil a editora Abril deixava de publicar a sua versão da revista, surgiu uma nova editora, *PBB Entertainment*, que prometia reformular a Playboy Brasil, uma publicação que já tinha uma história de 40 anos no país. Encontrei aí o objeto que me proporcionaria olhar as questões de gênero na fotografia e que poderia contribuir de alguma forma com a comunicação.

A *PBB Entertainment* uma editora recém-chegada ao mercado editorial passou cinco meses organizando seu novo modelo, até que em abril de 2016 foi lançada a primeira edição da nova versão da Playboy, com a capa da atriz Luana Piovani.

A escolha do tema sobre o modo de construção da mulher por uma revista masculina faz parte das problematizações de um contexto crescente do que podemos chamar de nova onda feminista, ou ainda primavera feminista, processo que despontou a partir de 2015 no Brasil e no mundo¹. Esse movimento retomou o debate sobre a condição das mulheres em diversas esferas sociais, inclusive da representação midiática.

Este trabalho se propõe a lançar um olhar sobre as diferenças de construção da mulher na revista Playboy Brasil em dois momentos distintos. O primeiro momento é caracterizado pelo comando da Editora Abril e o segundo pelo comando da *PBB Entertainment*. Para isto, realizei uma análise entre dois ensaios fotográficos principais, ou seja, os que constam na capa da edição.

A pesquisa buscou entender quais mudanças ocorreram no modo de apresentar o ensaio principal da revista, analisar o discurso fotográfico empregado pelas duas editoras, em momentos distintos.

¹ Artigo do coletivo feminista Think Olga com linha do tempo sobre a primavera feminista iniciada em 2015 < <https://thinkolga.com/2015/12/18/uma-primavera-sem-fim/>>

Procurei primeiramente fazer uma revisão bibliográfica que pudesse apontar um panorama histórico em diversos eixos da pesquisa. Primeiro, um histórico da própria revista Playboy, abordando o modo como se tornou uma marca, como o modelo foi exportado para outros países, como nasceu aqui no Brasil, etc. Utilizei para isto livros que contam a história da Playboy, documentos da época (como decreto que exemplifica a censura e o próprio editorial de inauguração da revista), um documentário, teses, dissertações e artigos que analisassem também o mesmo objeto.

Segundo, desenvolvi uma fundamentação sobre o suporte, ou seja, a revista. Quando nasceu, que nicho ocupava, quais funções podia dispor, quais as vantagens sobre os demais suportes da época; além disso, inseri neste capítulo a perspectiva dos estudos culturais, de como os meios de comunicação disseminam os valores não só de seus enunciadores, mas também dos seus públicos, caso ainda mais especial quando trata-se de um público de uma revista, que é quase como se fosse uma família. Dentro deste suporte, também encontrei a relação próxima entre fotografia e revista. Depois passei a olhar especificamente a fotografia do nu, onde empreendo uma revisão no campo das artes para mais uma vez, historicamente localizar a origem da representação do nu, e suas diferenças entre a construção do homem e da mulher.

O quarto capítulo é dedicado a analisar a questão do gênero como construção social, partindo da origem do termo gênero, suas apropriações em outras ciências como a médica e a jurídica e as implicações no campo social. Analisei também a origem dos estudos de gênero a partir do movimento feminista, aprofundando questões sobre objetificação, beleza e sexualidade.

No quinto capítulo desenvolvi a metodologia proposta por Martine Joly (1996), baseada em teorias linguísticas e semióticas, na qual ela separa signos plásticos e signos icônicos para fazer uma análise de um anúncio. Procedi da mesma forma, porém transpondo o método proposto para analisar seis fotografias, três de cada ensaio, em duas edições diferentes da revista Playboy. Uma delas, de outubro de 2015, da Editora Abril, que mostra Lara Ramos, dançarina e assistente de palco do programa televisivo Pânico. Outra de abril de 2016, da editora PBB *Entertainment*, que traz Luana Piovani, atriz e ex-modelo. O recorte foi realizado por razão de proximidade temporal entre uma edição e outra, semelhanças nos fenótipos das duas modelos e por ambas serem originárias da televisão.

O sexto capítulo traz então a análise das fotografias selecionadas no corpus, unindo o levantamento bibliográfico prévio com o problema de pesquisa. Encerro o trabalho fazendo considerações sobre a relação do mercado de anunciantes com o modo como as mulheres são construídas na revista Playboy, processo que aparentemente é antagônico, mas representa a realidade não só da Playboy como possivelmente de muitos outros veículos de comunicação.

2 REVISTA PLAYBOY NOS EUA E NO BRASIL

Neste capítulo abordarei alguns fatos históricos de destaque na história da marca Playboy, tanto como publicação, através revista, como em programas televisivos, clubes e cassinos. Também a chegada da franquia Playboy no Brasil, produzida pela Editora Abril, levando em consideração o momento político do país. Em seguida examinarei os fatores que tornaram a revista uma referência no nicho e posteriormente os motivos que levaram à venda da franquia.

2.1 HISTÓRICO DA PUBLICAÇÃO

A Playboy estadunidense começou em forma de revista, na cozinha de Hugh Hefner. O público alvo era os homens de classe média, que podiam encontrar na revista um estilo de vida refinado e interessante na concepção de Hefner, em que se destacavam o consumo de bens como carros, relógios, roupas e também a nudez feminina.

O primeiro número da Playboy foi lançado em 1953, trazendo na capa a atriz Marilyn Monroe e teve uma tiragem de 69 mil exemplares. Após alguns anos, o sucesso da revista impulsionou Hefner a começar também um programa televisionado, chamado *Playboy's Penthouse*. O programa ia ao ar à noite, uma vez por semana e também se apoiava no imaginário apropriado por Hefner do que seria um estilo de vida playboy. Eram discutidos temas como a sexualidade com mais abertura do que na maior parte dos veículos da época. Entretanto, essa liberdade estava sempre condicionada ao sujeito homem. *Playboy's Penthouse* acabou sendo censurado e saiu do ar. Mais tarde, Hefner entraria novamente no mundo da televisão com *Playboy After Dark*.

Depois do lançamento de *Playboy's Penthouse*, vieram os clubes da Playboy, somente para membros associados da marca. Os clubes foram um grande sucesso e logo a ideia foi expandida também para cassinos em vários países, conforme documentário “*Como a Playboy mudou o mundo*” (2012), dirigido por Kevin Burns.

Os anos 70 foram marcados pela transnacionalização do capital e logo a revista Playboy figurava na Alemanha (1972), Itália (1972), França (1973), Brasil (1975), México (1976) e Espanha (1978) (GIORDANO, 2012).

2.1.1 A Playboy Brasileira

A versão brasileira da revista Playboy nasceu em 1975. Em plena ditadura militar brasileira (1964-1985), Roberto Civita, um dos diretores da Editora Abril decidiu investir em uma nova publicação para a editora: uma revista mensal baseada no modelo norte americano, de autoria de Hugh Hefner, que estava disparando nas suas tiragens nos EUA.

Em razão da censura prévia enfrentada pelos meios de comunicação brasileiros, a revista teve que mudar seu nome para que não fosse em momento nenhum associada ao modelo norte-americano. Passou a chamar-se então Revista do Homem.

Lançada no mês de agosto de 1975, a Revista do Homem vendeu 135 mil exemplares só naquela edição. Era o prenúncio de uma história que duraria mais de 40 anos sob o comando da Editora Abril.

Em quase todos os países em que é publicada, a Playboy tem um mesmo formato, que sofre adaptações nacionais, sem no entanto variar muito: uma garota de capa e no pôster central, chamada originalmente de playmate; uma longa entrevista com uma personalidade; um painel de interesses do estilo playboy, ou seja, objetos de desejo do homem de classe média: carros, relógios, canetas, roupas masculinas; uma série de reportagens e artigos abordando temas de interesse do leitor playboy. (GOLDENBERG, 2010)

A versão brasileira contava com textos de autores célebres em sua primeira edição, como Francis Coppola, Vladimir Nabokov, Jorge Amado e Paulinho da Viola. Em contraponto, para que a revista continuasse circulando era terminantemente proibida a nudez explícita, obrigando editores e fotógrafos a utilizar os mais diversos artifícios para manter o caráter erótico dos ensaios.

Desde 1968, com a instituição do Ato Institucional nº 5, a imprensa já estava submetida à censura prévia. Em seguida, as revistas de sexo foram proibidas no Brasil em 1970. O então ministro da Justiça, Alfredo Buzaid, foi o responsável pela redação do Decreto-Lei 1077/70 que proibia a circulação não só das revistas de cunho sexual, mas de todos os meios de comunicação que abordassem o tema. Na redação da lei, o ministro afirma que

Essa norma visa a proteger a instituição da família, preservar-lhe os valores éticos e assegurar a formação sadia e digna da mocidade;[...] Tais publicações e exteriorizações estimulam a licença, insinuam o amor livre e ameaçam destruir os valores morais da sociedade Brasileira;[...] O emprêgo desses meios de comunicação obedece a um plano subversivo, que põe em risco a segurança nacional. (Decreto-lei 1077, 1970)

Ainda assim a Revista do Homem/Playboy gozava de alguns benefícios perante uma censura prévia pesada, pois era de interesse do regime militar vigente a expansão da indústria nacional. O Brasil já vinha de um período no qual a política desenvolvimentista de Juscelino Kubitscheck (1956-1961) impulsionava a modernização do país (GIORDANO, 2012). O regime militar instaurado se autoproclamava “revolução” e com ela os ideais de modernização se mantiveram, porém, mais restritos à moralidade sob pretexto de segurança nacional.

A Editora Abril soube articular meios de colocar sexo em pauta. Por vezes, através de luxuosos almoços pagos aos censores e uma pretensa identificação com os valores morais, ora conservadores, ora progressistas, do regime expostos em algumas matérias. É possível notar esse jogo de interesses no editorial assinado por Victor Civita, presidente do Grupo Abril, no primeiro número da revista do Homem, quando fala em “Um novo país. Um novo homem. Homem exigente de um país que se transforma dia-a-dia.”

Em um trecho de entrevista de Roberto Civita à Manoel Risério, em 2010 (*apud*. RIBEIRO, 2016, p. 150), o editor da revista na época, Carlos Costa, afirma:

Levava sempre um “boi de piranha”, fotos exageradas de nus para que eles tivessem o que cortar. Assim conseguíamos aprovar o que queríamos.[...] Era praxe leva-lo [censor] a restaurantes luxuosos, tratava-se de um jogo de pressão e chantagem.

Apesar dos percalços e esforços extras exigidos pela censura, a Abril conseguiu suceder muito bem o negócio. Nos anos 1980, o país já estava rumo a uma abertura política e moral maior. Esse processo, assim como afirmou o último general do exército a comandar o governo, Ernesto Geisel, foi “lento, gradual e seguro”. Com o fim da ditadura em 1985, as imagens de nudez da revista ficaram ainda mais explícitas. Se antes não poderiam aparecer ambos os seios, ou então as duas nádegas, agora as fotos eram quase ginecológicas.

Mas foi nos anos 90 que a editora Abril obteve suas maiores vendagens. Graças a duas personagens eróticas televisivas, criadas por Luciano Huck para o Programa H, exibido pela Band: Tiazinha e Feiticeira. Ambas foram capa em 1999. Abaixo, um quadro com as maiores tiragens da história da Playboy Brasil.

Quadro 1 - Ranking das dez maiores tiragens da revista Playboy

Posição	Edição	Modelo	Circulação
1º lugar	dezembro de 1999	Feiticeira (Joana Prado)	1.247.000
2º lugar	março de 1999	Tiazinha (Suzana Alves)	1.223.000
3º lugar	agosto de 1995	Adriane Galisteu	961.527
4º lugar	dezembro de 2002	Kelly Key	850.000
5º lugar	fevereiro de 1998	Scheila Carvalho	845.168
6º lugar	setembro de 1999	Scheila Carvalho e Scheila Mello	838.206
7º lugar	agosto de 1997	Marisa Orth	835.806
8º lugar	março de 2000	Tiazinha (Suzana Alves)	828.627
9º lugar	agosto de 2000	Feiticeira (Joana Prado)	804.866
10º lugar	outubro de 1996	Carla Perez	778.026

Fonte: elaboração própria, com base em matéria do site Terra

O critério de escolha da modelo de capa no Brasil está relacionado principalmente ao fator da fama, principalmente a fama televisiva. Diferentemente da Playboy estadunidense, que era vendida pelo formato de assinaturas, com entrega à domicílio, a Playboy Brasileira era vendida em bancas. Logo, era necessário um chamariz, o que justificava a preferência pelas celebridades (GUNELIUS, 2010).

Pelo modelo da Editora Abril, a celebridade dona do ensaio principal recebia um cachê pelo trabalho. Alguns cachês giravam na casa dos milhões, outros um pouco menos. Posar para a Playboy foi sinônimo durante muito tempo de forrar os bolsos de dinheiro, além de toda a publicidade envolvida em associar o nome à marca e torna-se assunto nacional. Conforme Patrick Cassemiro Gonçalves, em sua dissertação de mestrado, posar para a Playboy era um privilégio para poucas (2013).

2.1.1.1 - Depois do auge, a decadência

Nos anos 2000, o mercado de publicações impressas no Brasil paulatinamente sofreu um duro golpe com a disseminação e popularização da internet. Embora o argumento mais popular seja de que a diversidade de imagens disponibilizadas foi o principal causador da queda dos impressos, a raiz do problema encontra-se não nos leitores e sim nos anunciantes. Conforme Nilson Lage:

...os fatores decisivos para o prejuízo das empresas editoras foram justamente o gigantismo das tiragens e o custo da distribuição, incompatíveis com a grandeza do faturamento publicitário. (LAGE, 2005, p.2)

A Editora Abril, parte do conglomerado Abril, um dos maiores da América Latina, já chegou a publicar 46 revistas diferentes. Em 2013 a Abril vendeu alguns títulos para a editora CARAS. Em 2015, nos 40 anos da revista Playboy, a editora anunciou também o rompimento do contrato com a matriz estadunidense e o fim da publicação.

A repórter Adriana Negreiros, da revista Piauí, quando em artigo sobre os novos donos da Playboy, afirmou que

Se lucrava alto graças ao apelo a celebridades instantâneas, a Playboy também investia em divas da televisão e do cinema, que protagonizaram superproduções assinadas por fotógrafos de renome, quase sempre fora do país (PIAUI, 2016, online).

Ou seja, a receita da revista era composta de diversos dividendos muito onerosos. O cachê da modelo, o cachê do fotógrafo, a locação internacional (bem como o traslado), a folha de pagamento da redação e o custo de impressão de material fotográfico de alta qualidade. Além disso, haveria uma taxa de royalties de 8% cobrado sobre a faturamento bruto. Caso a licenciada brasileira não atingisse o valor mínimo, deveria então tirar do próprio bolso (PIAUI, 2016). Diante do cenário desfavorável, a Abril via-se obrigada a entregar o título.

Em julho de 2018, a empresa passou a ter como CEO Marcos Haaland, diretor-executivo na Alvarez & Marsal no Brasil. O plano faz parte da reestruturação operacional da editora, conforme reportagem da Folha de São Paulo (2018).

Em agosto, a empresa passou por uma fase de fechamento de diversos outros títulos, mantendo somente 15, conforme outra reportagem do jornal Folha de São Paulo (2018). Permanecem Veja, Veja São Paulo, Exame, Quatro Rodas, Claudia, Saúde, Superinteressante, Viagem & Turismo, Você S/A, Você RH, Guia do Estudante, Capricho, M de mulher, VIP e Placar.

Enfim, no dia 15 de agosto de 2018, a empresa anunciou estar entrando em recuperação judicial. A intenção é levar a recuperação judicial 1,6 bilhões em dívidas. Em entrevista para a revista Exame (2018), o novo CEO da Empresa, Marcos Haaland explicita a decadência em números.

Do total de investimentos em publicidade das grandes empresas em 2010, uma fatia de 8,4% era dirigida para revistas. Essa participação caiu para 3% em 2017. O número de pontos de venda de mídia impressa, como as bancas, diminuiu de 24.000 para 15.000 de 2014 a 2017. A circulação de revistas, no mesmo período, baixou de 444 milhões de exemplares por ano para 217 milhões. E a venda de assinaturas recuou 60%, de 90 milhões para 38 milhões, enquanto a venda de exemplares avulsos se reduziu quase a um terço do que foi: de 173 milhões para 63 milhões. (EXAME, 2018, online)

Assim, uma das maiores editoras do país permanece com um futuro incerto e ainda sem um desfecho concreto para os veículos e redações que permaneceram abertos.

2.1.1.2 - Uma nova editora

Quanto a revista Playboy Brasil, o que em 2015 parecia o auspício de novos tempos para a publicação, foi na verdade um breve momento de otimismo. No final de 2015, a editora Abril entregou a franquia, o que deixou muitas editoras alvoroçadas para assumirem o título. Depois de negociações, a revista foi vendida para uma editora recém-chegada no mercado brasileiro, A PBB Entertainment.

A PBB nasceu da união da ideia do fotógrafo André Sanseverino, do administrador Edson Marcos de Oliveira e do investimento de Marcos Aurélio de Abreu Rodrigues e Silva (proprietário de uma empresa de recursos humanos, a Employer). Sanseverino e Oliveira eram amigos há algum tempo e com os rumores de que a Playboy estaria à venda começaram a procurar por um investidor que bancasse a empreitada. Marcos Aurélio hesitou, mas aceitou participar do negócio, conforme artigo da revista Piauí.

A revista passou por uma transformação no seu formato e concepção. No editorial de inauguração da nova fase, os idealizadores escreveram:

Somos uma publicação masculina que valoriza as mulheres. Na nova Playboy, a mulher transcenderá o corpo e a beleza dos ensaios e estará aqui também por suas ideias, seus destaques profissionais e inspiracionais. (Playboy, Abril de 2016, p. 8)

No novo modelo, não se pagariam mais cachês milionários. A ideia era fazer conteúdo patrocinado, ou *branded content*, no jargão do marketing. Ainda conforme reportagem da Piauí,

as marcas patrocinam a ação, aparecem nas fotos e pagam um valor tanto para a modelo quanto para a PBB. A estrela da capa poderá, por exemplo, se deitar no capô de um carro luxuoso ou derramar cerveja (com rótulo aparente) sobre o corpo nu. Uma espécie de Caras com mulheres peladas. (PIAUI, 2016, online)

Além da extinção dos cachês, a modelo também teria mais liberdade no processo de escolha das poses para as fotos, bem como na seleção final e processo de edição. O primeiro exemplar, estrelado por Luana Piovani, trazia um grande volume de anunciantes, diversos assuntos e colunistas famosos. As fotografias eram menos explícitas, embora recorressem ao clichê da coelhinha Playboy, eram, em partes, mais subjetivas, usando recursos dos primórdios da Playboy, como tecidos transparentes, sombras e olhares.

Após sua terceira edição, entretanto, a PBB anunciou que a revista passaria a ser bimestral, a fim de manter a qualidade do produto, conforme reportagem da Folha de São Paulo (2016).

Em abril de 2017, após denúncias de várias modelos de assédio por parte do fotógrafo André Sanseverino e até do investidor Marcos Aurélio de Abreu Rodrigues e Silva, a reputação da nova empresa foi abalada. Sanseverino e Marcos Aurélio negaram as acusações. O fotógrafo foi afastado da empresa até que os fatos fossem esclarecidos.

A revista permaneceu sendo editada até janeiro de 2018, quando sua edição de verão foi lançada. Em abril a PBB anunciou que a publicação deixaria de ser vendida em bancas e seria publicada uma única versão anual, sob encomenda.

Em agosto de 2018 veio o golpe final. A matriz estadunidense rescindiu o contrato com a empresa brasileira, pois esta estaria utilizando a marca indevidamente. A PBB estaria desenvolvendo uma plataforma online no site da Playboy, na qual se dedicaria a fazer ensaios sensuais de mulheres desconhecidas, chamada *MenPlay*. Em entrevista ao site UOL (2018), a diretora da Playboy estadunidense Hazel Thomson afirmou que o contrato foi rescindido no final de 2017. A PBB contrapôs dizendo que a rescisão foi unilateral e que ainda buscava acordo. As redes sociais da Playboy Brasil foram desativadas e o site foi retirado do ar.

Ao todo, foram 12 edições impressas, desde abril de 2016 até janeiro de 2018. A revista passou a operar em 2017 sob uma lógica de estações do ano (verão, inverno, etc.). Entretanto, algumas foram bimestrais e outras quadrimestrais, não mantendo uma estabilidade na periodicidade.

3 - JORNALISMO DE REVISTA E FOTOGRAFIA

Neste capítulo tratarei de delinear conceitos sobre jornalismo de revista e fotografia, assim como a relação entre eles. Será brevemente explorada a raiz do jornalismo de revista, o que o diferencia e o caracteriza enquanto uma mídia específica. Após, tratarei da fotografia enquanto forma de linguagem, sua relação com outras formas de arte e a fotografia de nu, que é objeto de interesse dessa monografia.

3.1. JORNALISMO DE REVISTA OU AS EDIFICANTES DISCUSSÕES MENS AIS

Uma revista é um misto de jornalismo e entretenimento. Conforme Scalzo, a revista é “um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento” (2004, p.11). Isso se deve ao fato de que desde a seu nascimento, em 1663 na Alemanha², a revista esteve em um lugar não do imediatismo do jornalismo *hard news*, mas sim no lugar do aprofundamento de assuntos que já foram pautados pelo jornalismo do dia-a-dia. Entretanto, não tão profundo ou longo quanto um livro. Seria um meio do caminho.

Por uma questão de reprodutibilidade técnica, livros eram (e ainda são) caros, sem uma periodicidade definida, com grande aprofundamento e voltados para um público muito específico. No oposto está o jornal, barato, com periodicidade diária, com pouco aprofundamento e voltados para um público mais geral. Conforme Scalzo, ao longo do século XVIII e XIX, nos Estados Unidos e Europa houve um aumento nos índices de escolarização, uma população alfabetizada que tinha interesse crescente em ideias novas, gostaria de ler, mas ainda não tinha acesso ou interesse em livros. Além disso, o avanço técnico das gráficas e a introdução de anunciantes tornaram esse veículo visualmente atrativo e mais barato. Tendo uma circulação maior, atraiu ainda mais anunciantes paulatinamente e podia assim arcar com mais melhorias jornalísticas e gráficas.

No Brasil, o ramo das revistas só pode florescer depois de 1808, após instituição da Imprensa Régia e consequente revogação da proibição de Portugal da existência de tipografias (GORDINHO, *apud.* MIRA, 1992). O historiador Nelson

² A revista chamava-se *Erbauliche Monanths-Underredungen* (ou Edificantes Discussões mensais), trazia diversos artigos sobre teologia e se propunha a sair periodicamente. Fonte: SCALZO, 2004, p.19.

Werneck Sodré detalha minuciosamente esse fato em História da imprensa no Brasil (1999). Segundo ele, ao contrário do que havia ocorrido na América espanhola, onde os colonizadores espanhóis encontraram sociedades com desenvolvimento tecnológico avançado (Maias e Incas com técnicas de mineração), logo a implementação da Universidade e da imprensa seriam prontamente necessárias para fins de dominação. Já na América portuguesa foram encontrados povos mais primitivos, o que fez com que portugueses evitassem alfabetização por aqui, num entendimento de que isso traria mais custos do que benefícios naquele momento. Os livros no Brasil eram instrumentos comuns apenas na mão de religiosos e, mesmo com a instalação da imprensa régia, ainda passavam por censura.

Ou seja, há uma lacuna de quase 200 anos entre um mercado já desenvolvido e amplo nos Estados Unidos e Europa quando o Brasil conquista sua independência, em 1822. Assim muitos modelos foram importados prontos, não só no que diz respeito à estética, mas também à moral das publicações impressas.

O período do início do século XIX foi marcado por forte influência do movimento iluminista e revolução francesa. A cultura francesa foi associada por longo tempo em terras brasileiras a uma cultura de elite, não vulgarizada (HALLWELL, Laurence *apud*. MIRA, 1992). Essa peculiaridade impactará, no que diz respeito a essa monografia, a relação entre arte e sexo, tópico que será explorado em outra seção.

Um dos pioneiros da indústria gráfica no Brasil foi justamente o francês Rene François Plancher. Ele trouxe a litografia, um dos processos que precederam a fotografia. Posteriormente vendeu seus negócios ao conterrâneo Junio Constance Villeneuve, que trouxe a primeira impressora mecânica do hemisfério sul, conforme detalha MIRA (1997) em sua tese de doutorado. Logo, não só os costumes franceses eram bem vistos como também os meios de produção estavam nas mãos de franceses. Das mãos de Villeneuve sairia uma das revistas que popularizaria o produto por aqui, a Museu Universal, em 1837.

Museu Universal não foi a primeira revista brasileira, entretanto obteve sucesso por se tratar de uma publicação ilustrada, com textos mais leves e acessíveis, como trechos de romances, poesias, conselhos domésticos, anedotas, charadas. Ela imitava as tantas revistas ilustradas francesas, conhecidas como *magazines*, termo que deriva das grandes lojas que vendiam de tudo um pouco (SCALZO, 2004).

Em seguida, surgiram no país muitas outras revistas na mesma linha da *Museu Universal*, utilizando imagens e textos leves. A fotografia chegaria nas revistas brasileiras com a Guerra do Paraguai, em 1864, com Henrique Fleuiss, da *Semana Ilustrada*.

Em 1898 surge “O Rio Nu”, revista dedicada ao público masculino. É a primeira publicação brasileira na qual se divulgam fotos eróticas. O nicho se expandiu ainda mais em 1922 com “A Maçã”, voltada para os mesmos propósitos, mas voltou a se contrair em função da moral imposta na época (SCALZO, 2004).

O início do século XX foi marcado por uma forte expansão do mercado editorial, proliferando publicações para públicos cada vez mais específicos. Havia revistas sobre carros, sobre aviões, para mulheres, para homens. E, na esteira dos meios de comunicação de massa viriam o cinema, em 1907, o rádio, em 1923 e a televisão em 1950.

Num país de dimensões continentais, como o Brasil, isso possibilitaria a consolidação de uma identidade nacional, cenário percebido pelo presidente Getúlio Vargas no seu segundo governo, período conhecido como Estado Novo (1937- 1946). O presidente foi responsável pela implementação de uma política nacional de escolarização, através da criação do Ministério da Educação, ocasionando assim a ampliação do público leitor (MIRA, 1997). Ao contextualizar o período, a socióloga Lucia Lippi Oliveira afirma:

O Estado Novo oferece um exemplo significativo de construção de identidade na medida em que, nesse período da história brasileira, foi explicitado o trabalho simbólico de inúmeros intelectuais, ideólogos do regime, ocupados em definir e implementar uma política que expressasse, que representasse, que produzisse a unidade nacional (OLIVEIRA, 2008, p.14)

Logo, uma miríade de canais de entretenimento começava a se articular e a expressar valores que seriam lidos como um conjunto de valores da sociedade brasileira.

3.2. A RELAÇÃO ENTRE LEITORES E REVISTAS – UM CLUBINHO ESPECIAL

Conforme Marília Scalzo (2004), diferentemente de outros meios, como o jornal, por exemplo, as revistas são voltadas para públicos mais delimitados, e a relação com o seu leitor é mais estreita. Além disso, são objetos fáceis de colecionar, de carregar consigo.

Elas oferecem também canais de comunicação mais amplos com seus leitores, como seções de cartas e comentários. No Brasil, segundo Santhiago (2005), esse canal de comunicação só foi aberto a partir dos anos 50, com os jornais Estado de São Paulo e Folha de São Paulo. Nos anos 60, com a presença de censores nas redações, muitas publicações aboliram a seção. Com o fim da ditadura, as seções de cartas e comentários voltaram a vigorar.

Portanto, há uma relação dialógica mais aberta, o que familiariza produtores e leitores. Assim é possível testar assuntos, formatos e obter uma resposta mais rápida (SCALZO, 2004). A periodicidade da revista, seja ela mensal ou semanal, garante um espaço maior de produção, o que influi diretamente na escolha de pautas, no aprofundamento dado a estas pautas e na escolha do design da edição que está inserido em um projeto editorial maior da publicação enquanto marca (associada a determinados valores).

É o universo de valores e interesses dos leitores que vai definir a forma e o conteúdo de uma revista (SCALZO, 2004). Este universo de valores precisa ser compartilhado e comungado, se materializa nas páginas da revista e forma, ou melhor, fortalece o mito. Esse mito tem relação com arquétipos pré-concebidos de um possível leitor ou leitora: o da dona de casa, por exemplo, o do intelectual de classe média, o homem de negócios, o apreciador de carros. Assim, o leitor imaginado de uma revista tanto forma ela, como é formado por ela, conforme assinala Benetti

Na ponta final do processo, o leitor concreto se relaciona com o enunciador imaginado – o jornalista - e consigo mesmo. Essa imagem sobre si é importante [...]. Ao ler uma revista, o leitor se posiciona em um lugar também pleno de sentidos: quem é, o que deseja, como se satisfaz, o que vem fazendo com sua vida, como se planeja para o futuro, o que julga importante. (BENETTI, 2013, p. 51)

No caso da Playboy esse leitor imaginado nasce da figura do *Playboy*, desse sujeito que aproveita a vida, desfruta de coisas luxuosas. Examinando o público-alvo da revista, podemos ter uma noção de que fatores implicam nesse mito. Assim como explicita Souza (2009), em sua dissertação de mestrado, a respeito da estética da revista Playboy:

O termo "playboy" é a síntese do conceito de um novo tipo de homem que surgia na década de 50. E as modelos que posam para a revista, as "coelhinhas", seriam o análogo feminino desse conceito, ou seja, o ideal de mulher para este tipo de homem. Contudo, tanto o playboy quanto a coelhinha são apenas idealizações. Não representam homens e mulheres de carne e osso: são modelos que, uma vez aceitos culturalmente, passaram a influenciar o comportamento de indivíduos que se deixaram seduzir por estes referenciais. (SOUZA, 2009, p.39)

Além de esse homem *Playboy* desfrutar dessas coisas que estão associadas ao luxo e à sofisticação, está associada à imagem da mulher nua que de alguma forma também se relaciona com o princípio de luxo e sofisticação apresentado pela revista.

A revista *Playboy* reproduz em suas representações imagéticas certo padrão de beleza, coletiva e culturalmente estabelecido. Tal padrão varia de acordo com a época e o grupo aos quais a publicação se dirige, sugere fortemente que certas características sejam ressaltadas e que outras sejam disfarçadas ou ocultas. (SOUZA, 2009, p.20)

3.3 UMA INTERPRETAÇÃO POSSÍVEL - A FOTOGRAFIA NA REVISTA

A revista como visto anteriormente, possui uma relação mais próxima com a fotografia. Pelo seu processo de impressão, a reprodução de fotografias gera resultados com bastante nitidez, riqueza de detalhes, mais rápida e fácil de reproduzir do que matrizes litográficas (feitas numa pedra), por exemplo.

A fotografia é uma forma de linguagem, baseada em signos visuais. A ideia de “signo” é uma ideia antiga, como cita Joly (1996), “é algo que se pode perceber – cores, calor, forma, sons- e a que se dá uma significação” (p.30). Mais tarde, os teóricos da semiótica, irão se propor a analisar o modo de produção de sentido de determinados signos, como imagens fotográficas, por exemplo.

Na sua origem, a fotografia teve uma relação muito próxima com uma interpretação documental, como se fosse a expressão da realidade. Ela era vista como indício de algo que existiu, tal qual como na foto (DUBOIS,1990). Mas como qualquer linguagem, a fotografia é uma interpretação possível e não uma verdade absoluta. O fotógrafo escolhe seu objeto, seu enquadramento, suas cores. É interpretação deste fotógrafo e desse aparato tecnológico fotográfico (porque sequer a máquina fotográfica é “neutra” visto que esta também é programada por humanos na sua fabricação). Talvez outro teria feito de um jeito diferente, o que implicariam em outros valores e outras interpretações.

Como qualquer linguagem, a fotografia depende de um código comum. Para sabermos nos comunicar em português, por exemplo, passamos por um processo de ensino que nos familiariza com a fonologia, morfologia, sintaxe e semântica. E usamos esse código que aprendemos para conversarmos um com o outro, para mediar nossas relações. A fotografia depende de uma lógica semelhante de código e “ao ensinar um novo código visual as fotos modificam e ampliam nossas ideias sobre o que vale a

pena olhar e sobre o que temos direito de observar. Constituem uma gramática importante, uma ética do ver” (SONTAG, 2004, p. 13).

É importante, porém destacar que apesar dessa nova gramática, “fotos por si só não conseguem criar posições morais, mas podem reforça-las e também podem ajudar a desenvolver outras ainda embrionárias” (SONTAG, 2004, p. 28). De outra forma, o sociólogo Stuart Hall situa o significado no campo das relações sociais: “O significado surge, não das coisas em si - "a realidade"- mas a partir dos jogos da linguagem e dos sistemas de classificação nos quais as coisas são inseridas. O que consideramos fatos naturais são, portanto, também fenômenos discursivos” (HALL, 1997).

Portanto, a fotografia localizada em uma revista, está alinhada com os valores daquela publicação, de outra forma ela não seria selecionada para compor um corpo de uma edição. A revista nos mostra o que temos direito de observar através do código comum expresso por ela em seu projeto editorial, que se consolida em suas diferentes edições.

3. 4. PARA EUROPEU VER - A FOTOGRAFIA DO NU NA PLAYBOY

Assim, a nudez vista nas páginas de Playboy não depende de características “naturais” do objeto da fotografia. Alguém selecionou esta modelo por alguma razão. Ela representa algo, diferente do seu universo particular enquanto pessoa. Ela está associada a alguma conduta, alguma moral, algum costume. Ao me referir ao conceito de moral, gostaria de delinear que esta se refere ao conjunto de regras adquiridas através da cultura, da educação, da tradição e do cotidiano, e que orientam o comportamento humano dentro de uma sociedade.

Não se trata de uma mulher somente nua, isto é, despida de roupas. A nudez seria um estado natural do corpo. O nu, em contraponto, da forma que ele está apresentado na revista, tem suas raízes em um gênero artístico criado na Grécia antiga, que idealizava o corpo através de um ponto de vista supostamente universal (geralmente masculino). De acordo com Berger, “o nu é sempre convencionalizado – e a autoridade para as convenções do nu deriva de uma certa tradição na arte” (1999, p. 55)

Entretanto, mesmo na Grécia antiga, o estatuto entre a nudez feminina e a nudez masculina era completamente diferente. De acordo com a doutora em artes Visuais, Viviane Matesco: “enquanto os jovens participavam dos jogos nus, as

mulheres vestiam-se; enquanto a nudez de Apolo participava de seu caráter divino, Afrodite foi envelopada em drapeados” (MATESCO, 2016, p.3).

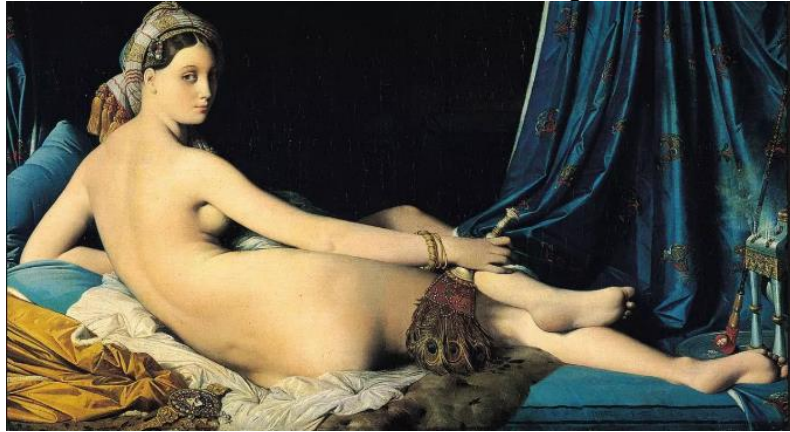
O filósofo John Berger, argumenta em seu livro Modos de Ver que a presença feminina e a presença masculina por usos e convenções são diferentes:

a presença de um homem é dependente da promessa de poder que ele corporifica [...] a presença de um homem sugere o que ele é capaz de fazer para você ou por você. Sua presença pode ser fabricada, no sentido em que finge ser capaz do que não é. Mas o fingimento tem em vista um poder que ele exerce sobre os outros. Em contraste, a presença de uma mulher exprime sua própria atitude em relação a si mesma, e define o que pode e não lhe ser feito (BERGER, 1999, p. 47-48)

Em outro trecho, mais adiante, o autor sintetiza dizendo que “os homens olham as mulheres. As mulheres veem-se sendo olhadas. Isso determina não só a maioria das relações entre homens, mas a relação das mulheres entre elas” (BERGER, 1999, p.49). Logo, se estabelece uma dinâmica na qual a mulher é fiscalizada por ela mesma e pelos outros, onde ela se torna um objeto de visão. “A mulher está ali para alimentar um apetite, não para ter um apetite próprio” (BERGER, 1999, p. 57).

Então, ao folhear uma revista Playboy podemos perceber muitas fotos com poses análogas a obras de artes europeias de diversos períodos históricos.

FIGURA 1 - Grande Odalisca , de Ingres, 1814



Fonte: site Artrianon <<https://artrianon.com/2016/10/18/obra-de-arte-da-semana-a-grande-odalisca-de-ingres/>>

FIGURA 2 - Juliana Paes



Fonte: Revista Playboy, edição maio de 2004

FIGURA 3 - O Nascimento de Vênus, de 1484, Botticelli



Fonte: site Info Escola <<https://www.infoescola.com/pintura/o-nascimento-de-venus/>>

FIGURA 4 - Grasi Massafera



Fonte: Revista Playboy, edição agosto de 2005

FIGURA 5 - A maja despida, 1787, de Francisco de Goya



Fonte: site História das artes <<https://www.historiadasartes.com/sala-dos-professores/a-maja-desnuda-francisco-de-goya/>>

FIGURA 6 - Fernanda Paes Leme



Fonte: Revista Playboy, edição dezembro de 2005

E por que razão herdamos essa moral europeia na fotografia? Porque a tecnologia usada para produzir e reproduzir fotos veio da Europa, vide Daguerreotipo (França) e Talbótipo (Inglaterra); Porque os meios de produção gráfica estavam nas mãos de europeus (MIRA, 1992) que, intencionalmente ou não, inseriam seus valores culturais em suas obras; Porque a elite cultural brasileira, que saía de casa para estudar na França no século XVIII, voltava com baús recheados de literatura francesa, vide os inconfidentes mineiros (OLIVEIRA, 2008); Porque mais tarde, quando resolvemos importar a cultura estadunidense (MIRA, 1992; SCALZO, 2004) também estávamos importando mais uma vez valores europeus, pois os Estados Unidos passaram pelo mesmo processo de colonização da sua cultura pela europeia.

Não só nossas terras foram colonizadas por europeus, como muito da nossa cultura, que por extensão afetam nossos meios de comunicação, que por sua vez afetam os modos de representação e fotografias.

4 TEORIAS DE GÊNERO E FEMINISMO

O conceito de gênero será chave para a interpretação dos ensaios fotográficos analisados, em vista disso, nesta seção serão fundamentadas algumas das teorias de gênero úteis para a compreensão do papel social do homem e da mulher, vendo o feminismo como um de seus precursores.

O campo de estudo de gênero é relativamente novo e oferece uma abordagem capaz de questionar conceitos enraizados e popularmente tidos como naturais. No que diz respeito a Playboy, é necessário refazer o percurso de criação do produto: a que valores estão associados a imagem da mulher nua na revista.

Partirei de uma genealogia do termo gênero, apresentando suas origens em diferentes campos. Em seguida, trarei a perspectiva feminista que fomenta o questionamento sobre o determinismo biológico e as divergências epistemológicas decorrentes desse pensamento. Por fim, aprofundo as noções de objetificação, beleza, sexualidade e identidade.

4.1 ONDE E COMO O CONCEITO DE GÊNERO SE FORMOU

Como vimos no final do último capítulo, há uma distinção de tratamento entre homens e mulheres no âmbito da representação. Essa diferença se estende a outras esferas (econômica, política, social e científica) e está ligada ao conceito de gênero e como ele foi formado.

Realizei uma busca no site do Diretório dos Grupos de Pesquisa do Brasil Lattes³ sobre a incidência de grupos de pesquisa que tratem do tema gênero e sexualidade. O site extraiu um relatório no qual constavam 124 grupos, de diversas áreas do conhecimento. Isso nos dá uma ideia de como atualmente, o campo dos estudos de gênero ganha cada vez mais espaço nas arenas tanto acadêmicas quanto cotidianas.

Entre debates morais e políticos colocam-se questionamentos pertinentes: o que é ser mulher? O que é ser homem? Quais são as implicações práticas desses dois papéis, desses dois sujeitos? Creio que seja precisamente a radicalidade de questionamento que o campo de gênero nos propõe à raiz de tamanho alvoroço.

Conforme Stelman (2007) o termo gênero vem do grego *genus*, que significa “nascimento”, “família”, “tipo” e é tradicionalmente usado para a designação gramatical

³ O Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil constitui-se no inventário dos grupos de pesquisa científica e tecnológica em atividade no país. Disponível em: <<http://lattes.cnpq.br/web/dgp/home>>

de palavras, dividindo-se entre masculino, feminino e neutro (p.14). Foi a partir do século XV que gênero passou a designar o sexo biológico dos indivíduos, embora não se fizesse diferenciações entre seus corpos físicos (acreditava-se que o corpo era “unissex”, só que as genitálias das mulheres estariam voltadas para dentro), assim o gênero masculino passou a ser designado para o macho e o feminino para a fêmea. Conforme Laqueur, (1990 *apud*. Stellman, 2007) a hierarquia se justificava por dualismo qualitativo, onde o homem era referência de perfeição.

O século XVIII, marcado pelo Iluminismo europeu, traria grandes revoluções, como a Francesa e a Industrial. Neste panorama, também avançavam as pesquisas médicas. Através da dissecação de corpos, passaram a considerar o corpo do homem e da mulher biologicamente diferentes. A partir do paradigma fundado pelas ciências médicas de que corpos de homens e mulheres eram **naturalmente** diferentes, essa então passou a endossar a compreensão da hierarquia vigente entre os dois gêneros.

No campo das ciências jurídicas, responsável por assegurar direitos legais e disseminar entendimentos morais, o século XVIII é marcado pelo jusnaturalismo, resumidamente, a teoria que passa a justificar a ascensão da burguesia ao invés da nobreza pelo direito natural, ou seja, a ideia de que os direitos nos pertencem por **essência**.

Portanto, ciências médicas e jurídicas convergiam para uma teoria de que era através da natureza e suas leis maiores (que precediam as criadas por humanos) que se organizariam nossos Estados; no que diz respeito a questão homem e mulher, o que se consolida é: entendendo que nossos corpos são diferentes, logo, são de naturezas diferentes, aplicam-se leis e normas diferentes a estes corpos. Este processo é descrito pelo psicanalista Jurandir Freire Costa, em a *Construção cultural da diferença entre os sexos*:

No caso da mulher, a inferioridade óssea era determinada pelo seu sexo: o crânio menor e a bacia pélvica maior e mais alargada do que a do homem. Isso provava que ela era intelectualmente inferior e destinada anatomicamente à maternidade. A mulher assemelhava-se, do ponto de vista do crânio, aos negros, às crianças e aos delinquentes. Subitamente, todos passaram a ver na biologia aquilo que até então não viam. Criaram-se a diferença dos sexos e "o sexo". O sexo veio estabelecer as desigualdades morais e políticas entre homens e mulheres, assim como os ossos vieram estabelecer as desigualdades entre burgueses brancos e homens e povos colonizados e classes excluídas do poder. (COSTA, 1995, p. 6)

Em seguida, mais estudos na área das ciências naturais surgiram buscando reafirmar as diferenças entre homens e mulheres (Stellmann, 2007). No século XIX,

através do o evolucionismo darwinista, concretiza-se a relação entre gênero e sexualidade, pois a sexualidade sadia seria aquela com fins de reprodução para a manutenção e perpetuação da espécie, enquanto o restante seriam desvios. Porém, esse construto da sexualidade sobre um pretensão ideal utilitário e puritano já figurava na Antiguidade, conforme afirmam Salles e Ceccarelli (2010).

[...]embora os valores ético-morais ocidentais encontrem suas raízes na tradição judaico-cristã, o ascetismo em relação aos prazeres e o legado pessimista que hostilizava o corpo derivam-se sobretudo de considerações médicas, cujas origens remontam à Antiguidade. Pitágoras aconselhava que as relações sexuais ocorressem preferencialmente no inverno, embora a perda do esperma fosse sempre prejudicial. Segundo Hipócrates, reter o sêmen proporcionava ao corpo a máxima energia. O médico pessoal do Imperador Adriano, Sarano de Éfeso, defendia que o ato sexual só era justificado para a procriação (SALLES e CECCARELLI, 2010, p. 16)

Nesta lista de defensores de uma sexualidade “útil” podem ser inclusos outros teóricos como estoicos, Santo Agostinho, São Tomás de Aquino, entre outros. Portanto, o evolucionismo foi apenas umas das etapas que consolidariam o entendimento de gênero, sua relação com sexualidade e as políticas públicas decorrentes disso. Elencando de forma mais clara, Sarasin (2002, *apud.* Salles e Ceccarelli, 2010), descreve o processo que levou a esta nova configuração em quatro características:

1. a descrição do sexo como qualidade constitutiva do sujeito; 2. a passagem do sexo do registro religioso para o médico, acarretando uma transferência da competência sobre estes saberes dos experts religiosos para os da medicina; 3. a diferenciação entre a sexualidade “perigosa” e a “sadia”; finalmente, 4. a biologização da diferença dos sexos como base fundadora de toda sexualidade legítima. (SARASIN, 2002 *apud.* SALLES E CECCARELLI, 2010, p. 19)

No início do século XX tínhamos, portanto, plenamente consolidado o sistema binário homem-mulher, sendo corroborado pelo entendimento científico. Com essa definição também a heterossexualidade passa a ser considerada a norma e a homossexualidade passa a ser considerada uma doença, pois esta não tinha finalidade reprodutiva e, portanto, era “antinatural”.

4.2 DE QUAL GÊNERO ESTAMOS FALANDO?

Já tratei do gênero como categoria gramatical, como parte da biologia e ciências médicas, como parte das ciências jurídicas. Entretanto, o gênero ao qual este trabalho se refere é o gênero no seu sentido social e performativo (Butler, 2017),

noção que começa a aparecer com o movimento feminista e este por esta razão, este será o tema do próximo tópico.

4.3 O MOVIMENTO FEMINISTA E OS PARADIGMAS ESTRUTURALISTAS E PÓS-ESTRUTURALISTAS

Acompanhamos de forma sucinta alguns dos elementos que contribuíram para a concepção do gênero como um elemento natural, um pensamento ainda em voga hoje. A seguir irei situar o movimento feminista como um dos precursores das teorias e questionamentos sobre gênero.

O feminismo é considerado um movimento social que busca a igualdade política, econômica e social entre os gêneros masculino e feminino, significado que podemos encontrar em diversos dicionários. Entretanto, o que popularmente é designado no singular, como o feminismo, é parte de um sistema amplo de práticas e vivências distintas, contando com diferentes vertentes e diferentes desdobramentos (FONSECA, 2017; BARCELOS, 2017).

É importante salientar de antemão que outros movimentos sociais estiveram igualmente envolvidos num processo de questionamento e desconstrução, não só de gênero, mas de sexualidade (movimentos LGBT), conforme FACHINNI et. Al (2013); raça (movimentos Negros), conforme SILVA e FERREIRA (2017); religião, como a Reforma Protestante no século XV, conforme Abreu (2002); e classe (sindicatos, movimentos de Trabalhadores Sem Terra e Sem Teto), o que em última análise também movimenta a mesma estrutura sobre a qual gênero se aloca, como aprofunda Neves (2005).

No que concerne este trabalho, são os “Estudos de Mulheres”, na segunda metade do século XX, que introduzem o termo gênero, conforme Matos (2008). Este conceito passa a circular no ambiente acadêmico, para designar uma categoria separada do sexo biológico, que seria definido por natureza, para tratar de uma categoria socialmente construída, imortalizada pela frase de Simone Beauvoir: “não se nasce mulher, torna-se mulher”. Estes primeiros estudos de mulheres estão centrados sobre o paradigma científico do estruturalismo, próprio do pensamento ocidental até o final dos anos 1960, no qual a linguagem e as instituições exercem um papel central de formadores e construtores de sentidos.

Nos anos 1980 há uma “virada epistemológica” na qual se radicaliza o estruturalismo e funda-se o pós-estruturalismo, de acordo com Peters (2000). Neste

âmbito, nos estudos de gênero especificamente, são teóricos proeminentes Michel Foucault, Thomas Laqueur, Judith Butler, Joan Scott, Giorgio Agamben. Estes teóricos reconhecem a importância central da linguagem, das instituições como formadoras e construtoras de sentidos, entretanto apontam para o fato de que o estruturalismo não reconhece a autonomia dos sujeitos, suas individualidades, em suma suas diferenças.

Estas duas tradições de pensamento são importantes para este trabalho que em parte, vem da área da comunicação e do jornalismo; atravessa o campo das artes, das ciências sociais e política e tangencia o campo da psicologia. Em alguns momentos irei me apropriar de lógicas estruturalistas, em outros de lógicas pós-estruturalistas.

Gostaria de me ater a alguns conceitos que se relacionam a gênero e são desenvolvidos a partir desta matriz teórica, que são importantes para a análise do ensaio fotográfico principal da revista Playboy Brasil em dois momentos diferentes, sob comando de editoras diferentes: “objetificação”, “beleza”, “sexualidade” e “identidade”.

4.3.1 A objetificação

A objetificação consiste em tratar um sujeito na forma de objeto, sem considerar sua subjetividade emocional e psicológica (Belmiro *et.al*, 2015). Na sua longa trajetória, a Playboy (a marca estadunidense que engloba vários produtos) se envolveu em muitos embates com pensadoras feministas, alguns inclusive televisionados, como podemos acompanhar no documentário “Como a Playboy mudou o mundo” (2012). No documentário fica claro que para Hugh Hefner, criador da marca, a questão da objetificação era secundária. Para Hefner era mais interessante naquele momento a perspectiva aparentemente libertadora da disseminação da liberdade sexual. Porém, essa liberdade sexual que Hefner estava empenhado em trazer ao debate pertence majoritariamente ao sujeito homem heterossexual, visto que o estatuto de valores atribuídos ao homem com liberdade sexual e a mulher com liberdade sexual são absolutamente diferentes. Enquanto para o homem heterossexual a liberdade sexual representa um valor moral superior, uma busca pela satisfação pessoal, para a mulher (no contexto dos anos 50 e em grande parte ainda no século XXI) a liberdade sexual representa a falta de valor próprio, a promiscuidade e vulgaridade.

No editorial do primeiro número da Playboy Brasil, na época como Revista do Homem, Victor Civita afirma:

Revista para ajudá-lo a tornar-se completo. Para atualizá-lo em todas as áreas do seu interesse: política, negócios, esporte, aventuras, ciência, arte, cinema, moda, literatura. Tudo isso sem desprezar as boas **coisas** da vida: uma bela viagem, o melhor som, boas bebidas, roupa elegante, um belo iate. E, naturalmente, nas doses certas, um outro assunto de grande interesse: a mulher (A revista do Homem, 1975, p.3).

A mulher nesse sentido é posta como um objeto de fruição, junto com outros artigos possíveis de serem comprados. A psicanalista Luce Irigaray pontua: “a mulher tem tradicionalmente um valor de uso para o homem, e um valor de troca entre os homens. Mercadoria, portanto. O que a deixa como guardiã da matéria cujo o preço será estimado e necessidade-desejo pelos "sujeitos": trabalhadores, mercadores, consumidores.” (Irigaray, 2017, p.41)

Corroborando com este entendimento, Naomi Wolff afirma que no mundo todo “a pornografia gera em torno de sete bilhões de dólares por ano. Por incrível que pareça mais que o faturamento conjunto das indústrias fonográficas e cinematográficas tradicionais” (Wolf, 1992, p.103).

Portanto, a objetificação da mulher está tanto relacionada a uma dinâmica social como econômica. É centro de um mercado de consumidores de homens e mulheres, mas favorece uma perspectiva heteronormativa.

4.3.2 A beleza e a sexualidade

Vendo na mulher um objeto a ser comercializado, para entender a lógica da Playboy é preciso especificar quais são as características dessa mulher representada pela revista. Um dos atributos centrais é a beleza.

Entretanto, não se trata de qualquer beleza. Existe um padrão de beleza, socialmente construído e difundido, variando de país para país, o que influencia na composição das revistas, como é observado por Goldenberg (2010) em artigo que analisa as diferenças entre a Playboy francesa e a brasileira.

Wolf (1992) argumenta que a beleza seria um novo dispositivo de controle, substituindo a mística feminina da domesticidade, pelo sistema do controle e vigilância constante do padrão de beleza, que partiria tanto dos homens, como seria internalizado pelas mulheres.

Berger (1999) analisa que a publicidade frequentemente associa beleza à sexualidade para vender produtos. “Porém, essa sexualidade nunca é livre por ela

mesma; é um símbolo de alguma coisa maior que ela: a boa vida que permite a você comprar o que quiser” (p.146).

Todavia, como ressalta Souza (2009), não basta a mulher na Playboy ser somente bonita, ela precisa ser conhecida (uma celebridade) e, mais do que isso, estar associada a uma imagem moralmente superior. O autor ainda atenta para o fato de que muitas vezes as modelos são referidas como “musas” ou “divas”, o que as aproxima ainda mais do valor de cobiça construído pela revista.

A mulher da Playboy não é imoral. Ela é “séria, profissional e de confiança”. Não é vulgar. É elegante e de bom gosto. Em outras palavras, atende a quase todos os pré-requisitos da visão machista e estereotipada da “mulher para casar” (ainda que esta visão esteja se tornando ultrapassada a cada dia). Ao contrário de outras revistas voltadas para o público masculino, que retratam a mulher apenas de maneira pornográfica, a mulher Playboy é retratada de modo “artístico”, em poses mais comportadas. Enquanto outras revistas apresentam a “amante”, a mulher da Playboy representa a “namorada”. (SOUZA, p.40)

Embora a sexualidade seja utilizada como um valor de venda, dentro da revista não é o desejo da mulher que é posto em questão e sim o desejo do homem. Wolf aponta que “os rapazes crescem sendo treinados a erotizar imagens que não lhes ensinam nada sobre o desejo da mulher. Nem mesmo as mulheres aprendem a erotizar o desejo feminino” (1992, p. 210). Irigaray critica as concepções Freudianas sobre sexualidade, na qual se fala de uma “inveja do falo” e exclui uma sexualidade própria da mulher: “nesse imaginário sexual, a mulher não é senão o suporte, mais ou menos complacente, da atuação das fantasias do homem” (2017, p. 35).

A revista Playboy, portanto, utiliza o valor da sexualidade dos homens, que se confunde com uma expressão de beleza padronizada das mulheres, sem que isso seja em realidade um correspondente fora das páginas da revista. Essa dinâmica ocorre, pois faz parte de uma lógica de consumo lucrativa, que movimenta toda uma indústria de beleza, a fim de se aproximar do ideal de corpo belo expresso nos meios de comunicação, porque supostamente garantiria um prazer sexual maior. Isso nunca é dito expressamente dessa forma e só funciona por uma lógica de associação feita pela publicidade e pelo jornalismo.

4.3.3 A identidade da mulher e a feminilidade: um problema de gênero?

Retomando agora o tópico do pensamento estruturalista e pós estruturalista dentro da ideia de gênero, podemos colocar em perspectiva os conceitos de “beleza”,

“objetificação” e “sexualidade”. Nesses três conceitos, que fundamentei, reside o binarismo homem-mulher: útil, porém generalista.

A beleza da mulher em relação ao homem; a sexualidade do homem em relação a da mulher; o uso da imagem da mulher pelo homem. Isso, de certa forma, primeiro generaliza toda a experiência de ser mulher como uma experiência homogênea. Segundo, coloca a experiência de ser mulher sempre em relação a experiência de ser homem, o que causa dependência de duas identidades distintas e que não precisam ser necessariamente complementares. Terceiro, opera na heteronormatividade, exclui as experiências homoafetivas, por exemplo, e também experiências além destas classificações, como bem explicita Judith Butler em “Problemas de Gênero” (2017).

Assim, ao analisarmos a construção das mulheres nos ensaios fotográficos da revista Playboy não podemos perder de vista as limitações teóricas desta análise, precisamente a identidade mulher e como esse conceito não é um consenso no meio acadêmico.

5 METODOLOGIA

Este trabalho se propõe a lançar um olhar qualitativo sobre as diferenças de construção da mulher na revista Playboy Brasil em dois momentos distintos. O primeiro momento é caracterizado pelo comando da Editora Abril e o segundo pelo comando da PBB Entertainment. Para isto, irei realizar uma análise de dois ensaios fotográficos principais, ou seja, os que constam na capa de duas edições selecionadas.

5.1 A REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Procurei primeiramente fazer uma revisão bibliográfica que pudesse apontar um panorama histórico em diversos sentidos. No capítulo 1, o histórico da revista Playboy; no capítulo 2, o histórico do suporte, da mídia revista e também um histórico da fotografia de nudez; no capítulo 3, o histórico do termo gênero. Conforme Figaro (2015) “falar de história é falar do transcorrido, de suas relações com determinados objetivos e pontos de vista por meio de narrativas registradas em um tipo de linguagem” (p. 144). É com o objetivo de construir uma narrativa historicamente localizada que utilizo esse método de revisão bibliográfica. Entretanto, Figaro vai analisar também as diferenças dentro do que genericamente é definido como “método histórico” e suas contradições:

podemos sintetizar a discussão afirmando que: (i) não há UM método histórico; (ii) repetem-se na pesquisa histórica e no campo da história as mesmas controvérsias sobre os paradigmas do pensamento científico, ou seja, o idealismo, o idealismo racionalista (positivista), o materialismo empirista e o materialismo histórico dialético; (iii) conquanto as contribuições dos diferentes autores e áreas do conhecimento tenham trazido para a História avanços consideráveis, permanecemos na encruzilhada ou do particularismo ou dos entrecruzamentos de disciplinas e abordagens (FIGARO, 2015, p. 152)

Para complementar a ideia de complexidade dos métodos históricos, Rubin é certa ao apontar uma das principais contradições de uso deste dispositivo, principalmente no que tange a questão de gênero:

Mas Lévi-Strauss e Freud escrevem dentro de uma tradição intelectual produzida por uma cultura na qual as mulheres são oprimidas. O perigo dessa empreitada é que o sexismo existente nessa tradição tende a vir junto com as partes que tomamos de empréstimo. (RUBIN, 1992, p. 21)

Portanto, a tentativa de se realizar um percurso histórico que entrecruze marca (a Playboy), suporte (a revista, a fotografia) e gênero (o feminino) é demarcada por controvérsias dentro do próprio discurso científico.

5.2 A ANÁLISE DE IMAGENS

A escolha pela análise dos ensaios fotográficos principais da revista Playboy se dá pois este seria o principal atrativo de compra da revista, assim materializa os valores editoriais, pelo menos parcialmente. Quando tratamos de análise de imagens, estamos apontando uma leitura possível, um caminho, que pode levantar questões sobre a validade desse método. Entretanto, embora suscite críticas a respeito da universalidade de interpretação, a análise de imagens, conforme Joly, não precisa necessariamente ser vista como uma tentativa inútil.

Mas se persistirmos no impedimento de interpretar uma obra sob o pretexto de não termos a certeza de que o que compreendemos corresponde às intenções do autor, melhor seria deixar imediatamente de ler ou de observar toda e qualquer imagem. Acerca do que o autor quis dizer, ninguém sabe nada; o próprio autor não domina toda a significação da mensagem que produziu; não é também o outro, não viveu na mesma época, nem no mesmo país, não tem as mesmas expectativas... interpretar e analisar uma mensagem, não consiste certamente em tentar encontrar uma mensagem preexistente, mas em compreender que significações determinada mensagem, em determinadas circunstâncias, provoca aqui e agora, sempre tentando destrinchar o que é pessoal do que é coletivo. (JOLY, 1996, p. 48)

Trataremos aqui da análise de imagens fotográficas, embasados nas categorias de análise de Martine Joly. Embora a autora use como exemplo o anúncio publicitário, as camadas propostas mostram a interação de diferentes utensílios que compõe a imagem e sua interpretação possível. Assim, podemos analisar o ensaio fotográfico primeiro de forma fragmentada e depois de forma conjunta.

Joly recorre as categorias de Barthes para a compreensão da imagem, sendo 3 principais: a mensagem plástica, a mensagem icônica e a mensagem linguística. Por uma questão de limitação temporal presente no trabalho, irei me ater as duas primeiras categorias, tomando como mensagem linguística a própria Playboy e sua história, que foi abordada nos capítulos 1 e 2.

5.2.1 A mensagem plástica

Joly usa a distinção feita pelo Grupo Um para compor o argumento de que a imagem é composta de signos plásticos que são tão plenos de significado quanto os signos icônicos e não apenas servem de suporte a este último, eles funcionam em complementariedade.

Quando tratamos de signos plásticos, no método referido, estamos falando de suporte, moldura, enquadramento, ângulo do ponto de vista, escolha da objetiva,

composição e paginação, as formas, cores e iluminação, textura. Adentraremos cada uma destas categorias a seguir.

A autora assevera, no entanto, que o uso e as significações destes elementos não são fechados, tratam-se de convenções gerais, o que não impede alguns fotógrafos de utilizarem-nas em contracorrente e ainda obter legibilidade, e por isso é importante a análise de caso a caso.

5.2.1.1 O suporte

O suporte vai ser caracterizado através da análise do exemplo e retiramos as categorias que o compõem. Joly está analisando um anúncio publicitário do cigarro Marlboro contido em uma revista e considera a revista como seu suporte. Assim, portanto, ao falarmos da Playboy, falamos de uma revista. Daí analisaremos o tipo de papel, as dimensões da fotografia e da revista, a periodicidade.

5.2.1.2 A moldura

A moldura é caracterizada pelos limites físicos da imagem (p. 107), ela pode estar presente materialmente ou ser deliberadamente apagada. Sua presença ou ausência provoca significações possíveis para o leitor.

Este corte, atribuído mais à dimensão do suporte do que a uma opção de enquadramento, leva o espectador a construir imaginariamente aquilo que não vê no campo visual da representação, mas que no entanto o completa: o fora-de-campo (JOLY, 1992, p.108)

Os pontos a serem analisados neste quesito serão especificamente sua presença ou ausência e que tradição se filiam respectivamente.

5.2.1.3 Enquadramento

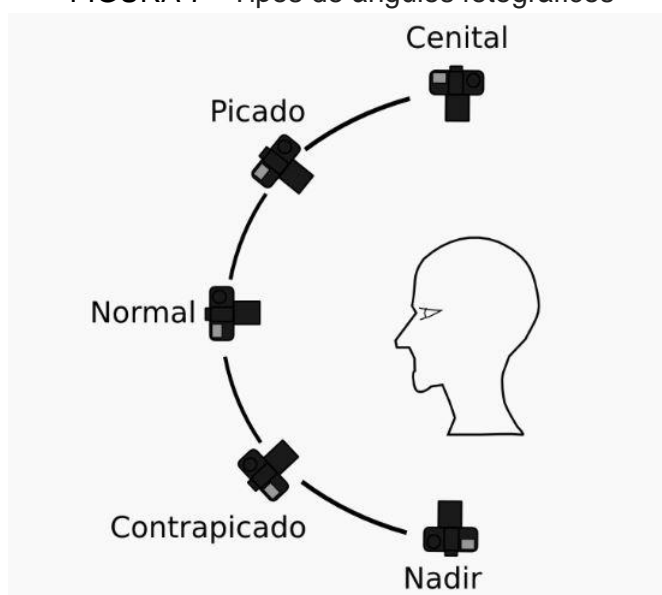
O enquadramento, embora remeta a função do quadro e se confunda parcialmente com a noção de moldura, trata na verdade do “resultado suposto da distância entre o tema fotografado e a objetiva” (p. 109) e da posição vertical ou horizontal. Assim, uma modelo fotografada pode parecer maior ou menor, o quadro fotográfico pode estar composto de diversos elementos ou enquadrar o corpo ou somente uma parte do corpo.

5.2.1.4 Ângulo de Ponto de vista

O ângulo do ponto de vista, conforme Joly, pode reforçar ou contradizer a noção de realidade empregada pela fotografia. No exemplo, a autora evoca a linha de olhar do espectador normal, imitando sua forma de visão mais corrente, que seria na altura dos olhos do outro ser.

Trago aqui em forma de figura para ficar mais fácil a ilustração dos ângulos possíveis. Podemos encontrar a nomenclatura em outras literaturas de Picado como Plongee e Contrapicado como Contraplongee. Entretanto, o livro base adota a nomenclatura Picado/Contrapicado.

FIGURA 7 - Tipos de ângulos fotográficos



Fonte: site Wikipedia <https://es.wikipedia.org/wiki/Plano_cinematogr%C3%A1fico>

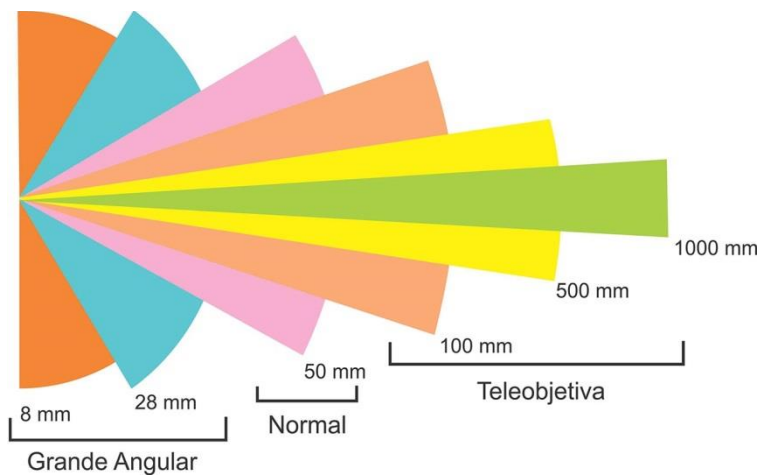
5.2.1.5 Escolha da Objetiva

A escolha da objetiva está relacionada intimamente com o ângulo escolhido. Ela diz respeito a escolha da lente fotográfica a ser utilizada e sua distância focal. Esta escolha implicará na amplitude e também na profundidade de campo capturada. A relação que se coloca é quanto menor a distância focal (uma lente grande angular, por exemplo), maior a profundidade de campo e amplitude; quanto maior a distância focal (uma teleobjetiva, por exemplo), menor a profundidade de campo e amplitude. Conforme Joly:

A ausência de profundidade também um modo de transformar um lugar num lugar de parte nenhuma e que pode, portanto, pertencer a qualquer sítio. Inversamente, a objetiva escolhida para a fotografia da paisagem dá um aspecto perfeitamente nítido a toda a superfície, e anula o efeito de profundidade, como num espaço real a três dimensões (p.112)

Utilizo, mais uma vez, o artifício da figura para ilustrar as escolhas possíveis, variando entre grande angular, normal e teleobjetiva. Esta figura está presente em muitos manuais de fotografia.

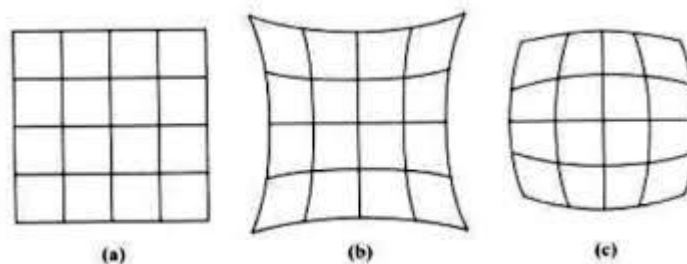
FIGURA 8 - Formatos de lentes fotográficas objetivas



Fonte: site Fotografia dicas. Disponível em : <<https://fotografiadicas.com.br/lentes-na-fotografia/>>

Os efeitos gerados pelas lentes podem distorcer a percepção sobre determinado objeto, alterando suas reais proporções. A figura “a” corresponde a uma lente normal. Dois efeitos bastante comuns são “almofada” (teleobjetiva, figura “b”) e “barril” (grande angular, figura “c”).

FIGURA 9 - Distorções ópticas causadas pelas lentes fotográficas



Fonte: site Focus <<https://focusfoto.com.br/objetivas-tipos-de-distorcao/>>

Ao alterar as proporções dos objetos ou corpos, as lentes dão ênfase em determinado aspecto, selecionado pelo fotógrafo, assim apontam em geral para o que

merece mais destaque dentro de determinada fotografia, ou em outras palavras, o que merece destaque em determinado corpo.

5.2.1.6 Composição e paginação

Joly traz a composição e a paginação como elementos fundamentais de hierarquização no que diz respeito ao que deve ser visto ou lido primeiro. Embora a autora corrobore com o entendimento de que cada imagem produz sua própria ordem de leitura, há alguns quesitos a serem descritos de forma mais geral que irão influenciar nessa leitura.

No ocidente, em geral, a leitura se faz da esquerda para a direita, horizontalmente. No idioma chinês ou japonês a leitura se faz na vertical e no árabe da direita para a esquerda. Estes fatores mudam completamente o caminho do olhar e como podemos ver não são universais. Para o propósito que tratamos aqui, ou seja, uma revista ocidental com leitura da esquerda para a direita, não nos cambem tanto estes outros aspectos de análise. Apenas saliento essa modalidade como não universal.

A composição fala de como os elementos são dispostos numa determinada página. Joly emprega conceitos de Georges Péninou (1970) de tipos de construção para falar de composição:

- a construção focalizada: as linhas de força (traço, cores, iluminação, formas) convergem para um ponto do anúncio que tem o papel de mostrar e que se torna no lugar do produto a promover. O olhar é como que atraído na direção de um ponto estratégico do anúncio onde se encontra o produto;
- a construção axial, que coloca o produto exatamente no eixo do olhar, em geral exatamente no centro do anúncio;
- a construção em profundidade, em que o produto está integrado numa cena com um cenário em perspectiva, ocupando a frente da cena, no primeiro plano;
- e a construção sequencial, que consiste em fazer percorrer o olhar pelo anúncio de maneira a que, no final do percurso, ele caia sobre o produto, a maior parte das vezes situado (para a leitura da esquerda para a direita) na parte inferior direita do mesmo. (Péninou, 1970 *apud*. Joly, 1992, p. 114)

Mais uma vez é preciso apontar as diferenças de tratarmos de um anúncio que vende explicitamente um produto, um cigarro, como é o caso da análise de Joly e um “produto-pessoa”, como é o caso da nudez da Playboy. Como as páginas a serem analisadas não estão compostas explicitamente por anúncios, e sim, inteiramente por fotografias, o que nos interessa analisar desta composição é o que é privilegiado nesta fotografia, o que subjetivamente está sendo vendido.

A paginação fala da ordem em que estas fotos irão aparecer. Quando tratamos da paginação de uma revista física, de papel, a menos que o leitor destrua o seu exemplar para arrancar-lhe as folhas, ele estará destinado a ver as fotos em uma determinada ordem, escolhida pelos editores.

5.2.1.7 As formas

As formas, de acordo com Joly, são outros signos de interpretação que podem não ser muito evidentes em um primeiro olhar. Porém, como a publicidade em geral tenta se apropriar de significações mais naturalizadas, banais e estereotipadas nas palavras da própria autora, é preciso desnaturalizar nosso olhar para conseguir fragmentar a mensagem em suas formas e utilizações. Joly fala que “linhas curvas, formas redondas feminilidade e suavidade; formas pontiagudas, linhas retas virilidade e dinamismo; etc.” (p. 116). Desta forma, pretendo apontar nas fotografias analisadas as formas mais recorrentes.

5.2.1.8 Cores e Iluminação

As cores, de acordo com Joly, são outros signos de interpretação antropológica, ou seja, variam de cultura para cultura. Há, porém, algo de fundador nessa análise, como aponta a autora, pois essa interpretação se dá através de um efeito psicofisiológico:

uma vez que opticamente apercebidas e psicicamente vividas, colocam o espectador num estado que se assemelha ao da sua experiência primeira e fundadora em matéria de cores e de luz. Luz oblíqua, da manhã, da tarde ou de Inverno e os estados de humor que lhes estão ligados; luz zenital e as impressões de Verão. Sol ou fogo, lâmpada ou projetor. Força e violência do vermelho do sangue e do fogo, azul aéreo do céu ou verde apaziguador das plantas frondosas (p.117)

Portanto, as escolhas de cores evocam determinados sentidos, como por exemplo cores quentes (vermelho, amarelo, laranja) para tratar de verão, de expansão; assim como cores frias (azul, roxo) podem tratar de inverno. Estes signos plásticos modificam seu sentido, no entanto, quando colocados em relação a diferentes signos icônicos. Joly traz no livro o exemplo do branco da neve relacionado à vida de cowboy e quando trocamos o elemento cowboy por uma coroa e flores, por exemplo, estaríamos nos referindo a uma delicada realeza.

Para a análise, para não me estender demais em composições cromáticas complexas, usarei as categorias de cores quentes, cores frias e cores neutras para realizar a classificação.

A iluminação seria um outro aspecto da cor, visto que cores só são possíveis com luz, parte da mesma lógica de fria ou quente. O outro elemento de classificação que gostaria de inserir aqui, de acordo com o método proposto por Joly, é o uso da luz direta ou da luz difusa.

A luz difusa, por oposição a uma luz violenta e orientada, desrealiza um pouco as representações visuais na medida em que quebra as barreiras espaciais, atenua a impressão de relevo, suaviza as cores, bloqueia as referências temporais. Ao acentuar desta maneira o caráter impreciso da localização e da situação temporal da representação, a luz favorece de novo a sua generalização (p.118)

Assim, a classificação nesse quesito será realizada pela distinção entre luz direta e luz difusa.

5.2.1.9 Textura

O último signo plástico analisado por Joly é a textura, definida pela “qualidade dos elementos (natureza e dimensão) e qualidade da repetição” (p. 118). Na pintura realista, por exemplo, podemos ver artistas esmerados em reproduzir a textura visual de pelos de animais. Na fotografia, o sentido da textura pode ser alterado por um dispositivo técnico conhecido como ISO, que regula a sensibilidade do sensor à luz (na fotografia digital). De maneira breve, quanto menor o ISO, menos luz e grão; quanto maior o ISO, mais luz e grão.

Joly não chega a aprofundar-se na questão do ISO, mas assinala que embora a textura não seja um signo de longa tradição de interpretação dentro da análise de imagens, é uma característica muito presente que pode evocar sentidos além dos visuais. Joly afirma “Ao solicitar, a partir de sensações visuais, outros tipos de sensações (táteis, auditivas, olfativas), uma mensagem visual pode ativar o fenômeno das correspondências sinestésicas” (p.119). O que torna a mensagem visual ainda mais complexa.

Para fins desta análise trabalharei com a classificação de textura lisa, áspera, macia e enrugada.

5.2.2 A mensagem icônica

Ao falarmos da classificação de mensagem icônica realizada por Joly, precisamos recorrer a uma categoria de análise da teoria semiótica, que é o ícone.

O ícone corresponde à classe dos signos cujo significante mantém uma relação de analogia com aquilo que ele representa, ou seja, com o seu referente. Um desenho figurativo, uma fotografia, uma imagem de síntese representando uma árvore ou uma casa são ícones na medida em que eles se assemelham a uma árvore ou a uma casa (p. 38)

Consideramos que signo é aquilo que representa algo para alguém e também que não existem signos puros, ou seja, somente icônicos ou somente simbólicos. Com estas definições básicas e preliminares, passamos então ao exemplo de análise empreendido por Joly no seu anúncio de Marlboro.

A autora emprega duas categorias na sua análise da mensagem icônica: os motivos, que são os objetos contidos no anúncio; e a pose, que explora a relação do sujeito fotografado com o seu público. Estes, no entanto, não expressam somente sua analogia, mas possuem um significado conotativo (ideia emprestada da teoria linguística de Saussure). Para ilustrar melhor o método da autora trago um quadro interpretativo que demonstra o sistema.

FIGURA 10 - Print-screen do quadro analítico proposto por Martine Joly

Significantes Icônicos	Significados de primeiro nível	Conotações de segundo nível	
1. mancha e frente de um blusão	<i>blusão vestuário</i>	<i>gama de homem</i>	<i>vestuário para</i>
2. topo da sela	<i>Sela</i>	<i>equitação, natureza</i>	<i>virilidade</i>
3. pêlos de animal	<i>Pescoço De cavalo</i>	<i>cavalo</i>	<i>rebanho, Far-West</i>

Fonte: JOLY, 1996, p.122

Seguindo este método, irei elencar em uma tabela todos os objetos (os motivos) que constam nas fotografias a serem analisadas e descrever seus significados de primeiro nível, sua analogia e as conotações possíveis decorrentes de cada um.

No que diz respeito a pose, a autora não é muito elucidativa nas possibilidades de análise e concentra-se na questão do olhar do modelo, seja ele disperso (um olhar para fora do quadro ou para um objeto) ou confrontador (olhando diretamente para a câmera, dando a impressão de estar olhando o leitor). Além disso, a questão da pose se confronta com outros signos plásticos, como ângulo e enquadramento. Entendo,

portanto, que uma elaboração maior nesse sentido demandaria mais aprofundamento sobre uma possível teoria das poses e da linguagem corporal.

Como Joly aponta para o olhar como um definidor da relação entre público e modelo, creio que seja pertinente analisar a expressão facial como um todo dentro dos signos icônicos. Desta forma, assim como pretendo realizar com os objetos, irei empreender uma caracterização primeira da expressão facial e depois elencar as conotações possíveis.

5.3 A SELEÇÃO DO CORPUS

A seleção do corpus de análise levou em conta a necessidade imposta pelo problema de pesquisa de analisar a revista Playboy sob comando de duas editoras diferentes, cada qual com suas particularidades, para que pudesse apontar um modo de operação da construção da imagem da mulher.

Selecionamos um exemplar de cada editora. Nesses exemplares serão analisados os ensaios principais, aqueles que são anunciados na capa da publicação. Dentro destes ensaios, optamos por aplicar a metodologia descrita acima em três fotos de cada um, seis, portanto. As demais fotos serão analisadas de forma mais generalista.

Abaixo, trago um quadro com dados gerais das duas edições a serem analisadas.

Quadro 2 - Características principais dos ensaios analisados

Modelo	Origem	Edição	Editora	Fotógrafo	Nº de fotos	Valor
Luana Piovani	Atriz de TV	Abr. 2016	PBB Entertainment	Christian Gaul	29	20
Iara Ramos	Dançarina em programa de TV	Out. 2015	Editora Abril	Pablo Saborido	23	14

Fonte: quadro elaborado pela autora

Os critérios de seleção destas duas edições específicas passam por alguns pontos. Primeiro, ambas as modelos têm origem na televisão. Segundo, ambas as modelos apresentam um fenótipo semelhante: loiras, caucasianas e magras. Terceiro, a temporalidade: a da PBB Entertainment (Luana Piovani) é a primeira edição lançada pela editora, é, portanto, a revista que deu o tom de como as coisas seriam dali para frente; a da Abril (Iara Ramos) é uma das últimas edições sob o comando do grupo

que conta com uma celebridade, as duas que se seguiram trataram de duas modelos pouco conhecidas.

Em síntese, serão analisadas três fotos de cada ensaio, seis ao todo. A análise vai ser feita através da descrição de mensagens plásticas e mensagens icônicas, dispostas em quadros. Cada foto terá seus próprios quadros e ao final apontarei formações mais gerais nas demais fotos que compõe os ensaios.

6 ANÁLISE

6.1 CONTEXTO DOS ENSAIOS

Antes de desenvolvermos a análise das fotografias, trago uma breve síntese sobre as modelos e maneira pela qual o ensaio foi realizado, a fim de complementar o entendimento sobre uma construção possível do sujeito mulher nas edições da revista Playboy.

6.1.1 Contexto do Ensaio Iara Ramos, Editora Abril

A modelo Iara Ramos, na época do ensaio, 2015, tinha 26 anos. Iara trabalhava como dançarina e assistente de palco no programa televisivo *Pânico*, da emissora Band. O programa televisivo, que foi exibido entre 2003 e 2017, era na verdade uma adaptação de um modelo radiofônico homônimo, fazia parte do gênero humorístico e estava voltado principalmente ao público jovem. O “*Pânico*” ficou particularmente conhecido por suas dançarinas e assistentes de palco, as *Panicats*, que figuravam no set de filmagem usando apenas biquínis e participavam de quadros humorísticos diversos (Vitto *et. Al*, 2009; Bonnacio e Silva, 2010).

A editora Abril realizou um total de doze ensaios principais (capas) com as *Panicats*. As edições foram: Sabrina Sato (dez. 2004); Tânia Oliveira (fev. 2006); Juju Salimieni (jan. 2010); Nicole Bahls (out. 2010); Babi Rossi (abr. 2011); Vanessa Zoth (jan. 2012); Aryane Steinkopf (abr. 2012); Aline Riscado (jun. 2012); Carol Narizinho (mar. 2013); Thaís Bianca (abr. 2013); Fernanda Lacerda (out. 2014) e Iara Ramos (out. 2015). Percebemos assim, que o critério de seleção dessas modelos era bastante frequente.

O ensaio de Iara Ramos teve uma temática que misturava referências do filme de terror *Pânico* (1997) dirigido por Wes Craven, com outro filme posterior chamado *Todo Mundo em Pânico* (2000) (que fazia uma paródia ao filme de terror de Craven), e o próprio nome do programa de televisão no qual a modelo trabalhava. As locações para as fotos foram uma sala de cinema, ambiente interno de uma casa e ambiente externo de uma casa.

6.1.2 Contexto do Ensaio Luana Piovani, Editora PBB Entertainment

Luana Piovani é uma modelo e atriz brasileira, na época do ensaio, 2016, tinha 40 anos. Luana começou sua carreira como modelo em 1990. Depois disso participou de peças teatrais, novelas, minisséries, filmes, etc. Trabalhou majoritariamente na

emissora de TV Globo, o que lhe concedia também um certo status como pauta para a revista Playboy.

Apesar de estarmos falando de uma nova editora, a revista Playboy no Brasil tem uma tradição de recrutar atrizes “globais” como capa da edição. Pelo menos setenta atrizes da Rede Globo posaram para a publicação. Algumas dessas posaram mais de uma vez, como é o caso de Vera Fisher e Maitê Proença. E, é importante frisar, que estamos falando somente de atrizes. Se fossemos mencionar dançarinas, jornalistas e participantes do programa Big Brother Brasil, esse número aumentaria substancialmente.

Luana Piovani, por sua vez, não chegou a posar para a Playboy enquanto a revista estava sob domínio da Abril. A atriz comenta em coluna assinada por ela mesma na edição da PBB, que recebeu convites para posar para a revista diversas vezes, mas que só agora aceitava. A nova editora não oferecia cachês pelos ensaios das suas modelos, uma grande mudança em relação a Abril.

O ensaio foi realizado numa mansão no Rio de Janeiro, *The Mansion Rio*. A maior parte das fotos foram produzidas no interior da mansão. A temática foi variada, mas majoritariamente trouxe referências aos uniformes das garçonetes dos *Playboy Clubs*, as *Coelhinhas*.

6.2 ANÁLISE DAS FOTOS

FIGURA 11 – Foto Iara Ramos, Revista Playboy, Out. 2015



Fonte: Revista Playboy, edição outubro de 2015

Quadro 3 - Significantes plásticos referentes à figura 11

Significantes Plásticos	Significados
Moldura	Ausente; fora de campo
Enquadramento	Fechado; proximidade
Ângulo do ponto de vista	Contrapicado; grandeza da modelo

Objetiva	Teleobjetiva; foco na modelo e fundo desfocado
Composição e Paginação	Construção focalizada; 4ª foto do ensaio
Formas	Majoritariamente curvas, delicadeza, suavidade
Cores e Iluminação	Cores quentes; iluminação indireta e difusa
Textura	Lisa e macia

Fonte: quadro elaborado pela autora

Quadro 4 - Significantes icônicos referentes à figura 11

Significantes Icônicos	Significados de primeiro nível	Conotações de segundo nível
Canhão de luz	Iluminação	Retroprojeter de cinema
Fundo escuro	sala fechada	cinema
Boneco Pânico	Personagem coadjuvante	filme de terror
Cabelo longo e loiro	Mulher	feminilidade
Corpo bronzeado	Verão	vaidade
Unha vermelha	Mulher	feminilidade
Nádegas e pernas nuas	Nudez	sensualidade
Lateral do seio nu	Nudez	sensualidade
Costas parcialmente nuas	Nudez	sensualidade
Tênis All Star	Juventude	-
Sofá vermelho	Cinema	Clássico
Olho maquiado	Mulher	feminilidade
Pose ajoelhada de costas	esperando, assistindo	-
Olhar disperso e fora de cena	Distração	distanciamento

Fonte: quadro elaborado pela autora

A foto 1 remete ao cenário do cinema, uma forma de referência a uma cena do filme “Pânico”. A moldura é ausente, o que, segundo Joly (1996), “estimula uma construção imaginária complementar” (p.108). Neste caso a construção do fora-de-campo faz referência a um código comum entre revista e leitor, o que segundo Scalzo (2004) é fundamental para a criação de um diálogo. Se víssemos essa imagem em um jornal, por exemplo, é provável que o jornalista que redigiu a matéria se esmerasse

em explicar as referências. Numa revista, nesse contexto especificamente, isso não se faz necessário, porque o leitor da revista já sabe do que está sendo falado.

O enquadramento fechado será uma constante nessa análise, pois tratam-se de retratos de sujeitos e, assim, portanto tem a função de retratar seus objetos principais. O enquadramento fechado, segundo Joly, sugere proximidade da modelo. Retomando o conceito de Sontag (2004) sobre a “ética do ver”, segundo o qual a fotografia nos mostra o que temos direito de ver, o retrato do corpo nu em proximidade nos confere um sentido de direito de observadores desse corpo.

Quando falamos de ângulo de ponto de vista, iremos notar uma preferência pelo ângulo contrapicado, algumas vezes de forma leve, outras de forma mais acentuada. O ângulo contrapicado oferece uma perspectiva de grandiosidade sobre o corpo em questão, como se olhássemos do chão para cima. Com isso, algumas partes do corpo parecem maiores do que outras. No caso da foto 1, são os membros inferiores, coxas e nádegas que ganham maior proporção.

A escolha da objetiva também vem a contribuir com a noção de prioridade dentro da foto. Com uma objetiva normal, que destaca o corpo da modelo e desfoca os demais objetos podemos entender que o que realmente importa é o corpo.

A composição, classificada como construção focalizada, baseia-se nas categorias propostas por Georges Péninou (1970 *apud*. Joly, 1996), que abordei no capítulo metodológico. Essa construção se caracteriza por fazer com que as linhas de força (traço, cores, iluminação e forma) atraiam o olhar em uma determinada direção. Neste caso, o corpo nu, com ênfase nos membros inferiores.

As formas serão majoritariamente curvas, que segundo Joly, são tradicionalmente associadas a “feminilidade e suavidade” (p. 116). As cores são majoritariamente quentes, com tons de vermelho e marrom avermelhado, remetendo a sensação de calor, de sensualidade. A textura também contribui para o fator da sensualidade, ao trazer uma aparência de pele macia e aveludada (o que pode ou não ter sido acirrado pelo uso de algum programa de edição).

Elementos icônicos:

Na foto 1, veremos cinco elementos lúdicos, que serão coadjuvantes na composição da foto, fazendo referência ao filme de terror, são eles: o canhão de luz, o fundo escuro, o boneco do pânico, o tênis e o sofá vermelho. Esses elementos

auxiliam na compreensão das referências, mas não são em si mesmo o grande objetivo da foto. São eles que compõe o cenário, filme de terror com protagonista jovem.

A pose e o olhar de Lara na foto também compõe esse caráter lúdico, de encenar uma cena de filme. Ela está num cinema, como sugere o cenário, vendo um filme, por isso distraída, olhando para frente. O que diverge dessa mera referência ao filme, é o fato de ela estar nua, de suas nádegas e coxas estarem em destaque, o que nos remete ao objetivo central da produção.

Lara Ramos é quem desperta a curiosidade do leitor ao comprar a revista, é o corpo dela que toma grande proporção dentro da foto. Mas, como dito no capítulo dois, ela não está ali para ter seu próprio apetite saciado e sim alimentar o apetite do imaginário do leitor (Berger, 1999). Esse apetite imaginário está relacionado aos quatro fatores que elenquei no final do capítulo três: objetificação, beleza e sexualidade, feminilidade/identidade.

Conforme o quadro, teremos sete elementos icônicos que estarão relacionados a imagem da mulher como um todo, como uma categoria e assim cada um desses pequenos elementos contribui para a compreensão do leitor do que seria de fato uma identidade feminina, referida também como feminilidade. O cabelo longo e loiro, o corpo bronzeado, as unhas vermelhas, as nádegas e pernas nuas e torneadas, a lateral do seio, as costas desnudas e o rosto maquiado. Eles expressam não só uma mulher qualquer, mas uma mulher idealizada, aquela que detém a beleza supostamente mais desejada, que exhibe um corpo atlético, denotando vaidade, ou ainda um cuidado próprio que sabemos por experiência própria, demanda uma dedicação muito grande.

FIGURA 12 - Foto Iara Ramos, Revista Playboy, Out. 2015



Fonte: Revista Playboy, edição outubro de 2015

Quadro 5 - Significantes plásticos referentes à figura 12

Significantes Plásticos	Significados
Moldura	Ausente; fora de campo
Enquadramento	Fechado; proximidade

Ângulo do ponto de vista	Leve contrapicado
Objetiva	Teleobjetiva
Composição e Paginação	Construção focalizada; 12ª foto
Formas	Curvas ao redor, linhas retas no centro
Cores e Iluminação	Cores frias; iluminação difusa
Textura	Lisa e macia em contraste com elemento áspero

Fonte: quadro elaborado pela autora

Quadro 6 - Significantes icônicos referentes à figura 12

Significantes Icônicos	Significados de primeiro nível	Conotações de segundo nível
Camisa branca regata aberta	Sensualidade	Sexualidade
Busto nu	Nudez	Sensualidade
Taco de baseball	Pênis	Sexo oral
Olho semicerrado e maquiado	Olho de mulher, atenção	Dedicação ao pênis sugerido pelo taco
Marca de biquíni	Verão	Vaidade
Unha vermelha	Mulher	Feminilidade
Cabelo loiro e comprido	Mulher	Feminilidade
Fundo claro desfocado	sala fechada durante o dia	
Língua	Sensualidade	Sexualidade

Fonte: quadro elaborado pela autora

A foto 2, sabemos pela sequência na qual se encontra dentro do ensaio, remete ao cenário do interior da casa, outra forma de referência a uma cena do filme “Pânico”. A moldura é ausente, como na foto 1, e também flerta com o conhecimento prévio do leitor sobre a referência fílmica. O enquadramento é também fechado, como na foto 1, num plano que privilegia os seios de Lara e a relação com o taco de baseball. O ângulo escolhido é o contrapicado, o que contribui também para a perspectiva maior sobre os seios da modelo, bem como a escolha de uma objetiva normal, desfocando as laterais da imagem.

A composição, classificada como construção focalizada, assim como na foto 1, nessa porém com destaque para os seios, o taco e a língua de lara. As formas, como na foto 1, serão majoritariamente curvas, denotando feminilidade. As cores são predominantemente quentes, pois é o corpo bronzeado que ocupa o maior volume no quadro, contribuindo para noção de sensualidade e calor. O fundo branco e a camisa branca fazem parte da referência ao cenário da casa, outra encenação do filme.

Elementos icônicos:

Na foto 2, veremos três elementos lúdicos que fazem referência ao filme de terror, são eles: a camisa branca, o fundo claro e o taco de baseball. No filme, porém, a atriz não está seminua, não está lambendo um taco. Esse jogo de elementos colocam a sexualidade no centro da foto. E é a sexualidade heteronormativa, na qual a mulher flerta com o homem. Podemos pressupor isso pela similaridade entre o formato do taco e um formato de pênis; também pelo lugar no qual o taco está alocado, entre os seios; pelo carinho sugerido pela língua da modelo.

Conforme o quadro, teremos cinco elementos icônicos que estarão relacionados à imagem da mulher: o cabelo longo e loiro, o seios nus e bronzeados, a unha vermelha e o rosto maquiado. Assim como na foto 1, expressam a mulher idealizada e, nesta foto, ainda mais explicitamente alimentando o apetite do leitor homem heterossexual.

FIGURA 13 - Foto Iara Ramos, Revista Playboy, Out. 2015



Fonte: Revista Playboy, edição outubro de 2015

Quadro 7 - Significantes plásticos referentes à figura 13

Significantes Plásticos	Significados
Moldura	Moldura ausente
Enquadramento	Fechado; proximidade
Ângulo do ponto de vista	contrapicado

Objetiva	normal
Composição e Paginação	Composição focalizada, 21ª foto
Formas	Majoritariamente curvas, delicadeza, suavidade
Cores e Iluminação	Cores frias; iluminação difusa
Textura	Lisa e macia

Fonte: quadro elaborado pela autora

Quadro 8 - Significantes icônicos referentes à figura 13

Significantes Icônicos	Significados de primeiro nível	Conotações de segundo nível
Corpo nu	Sensualidade	Sexualidade
Quadris largos	Mulher	Sensualidade
Seios fartos e firmes	Mulher jovem	Sensualidade
Cintura fina	Mulher magra	Sensualidade
Coxas grossas	Mulher atlética	Sensualidade
Vulva	Sexo	Sexualidade
Pêlos pubianos depilados	Vaidade	Sensualidade
Boneco Chuck	Terror	Referência ao programa Pânico
Água escorrendo	Chuveiro	Banho, momento íntimo
Olhar disperso	Distanciamento	Distração
Cabelo longo e loiro	Mulher	Feminilidade
Unhas vermelhas	Mulher	Feminilidade
Bronzeado	Biquíni, verão	Vaidade
Rosto maquiado	Maquiagem	Vaidade

Fonte: quadro elaborado pela autora

A foto 3, sabemos pela sequência na qual se encontra dentro do ensaio, remete ao cenário do interior da casa. A moldura é ausente, como na foto 1 e 2, também flerta com o conhecimento prévio do leitor sobre a referência fílmica. O enquadramento é também fechado, como na foto 1 e 2, num plano frontal que privilegia as pernas, a vulva, a barriga e os seios e braços de lara. O ângulo escolhido é o contrapicado acentuado, o que contribui também para a proporção maior das pernas da modelo, bem como a escolha de uma objetiva grande angular, deformando o corpo e fazendo com que as pernas pareçam muito maiores em relação a proporção da cabeça.

A composição, classificada como construção focalizada, assim como na foto 1 e 2, dirige o olhar para o centro da imagem, com destaque para as coxas e vulva. As formas, como na foto 1 e 2, serão majoritariamente curvas, denotando feminilidade. As cores são predominantemente quentes, pois é o corpo bronzeado que ocupa o maior volume no quadro, contribuindo para noção de sensualidade e calor, como na foto 2. O fundo branco faz da referência ao cenário do banheiro casa, outra encenação do filme.

Elementos icônicos:

Na foto 3, veremos um elemento lúdico que faz referência ao filme de terror, que sequer pertence ao mesmo filme referenciado nas demais fotos, o boneco Chuck no canto inferior esquerdo.

Conforme o quadro, teremos onze elementos icônicos que estarão relacionados a imagem da mulher: o cabelo longo e loiro, os seios, a marca de bronzeado, a unha vermelha, quadril largo, cintura fina, coxas grossas, vulva, pelos pubianos depilados e o rosto maquiado. Assim como na foto 1 e 2, expressam a mulher idealizada, que ostenta um padrão de beleza de um corpo jovem, atlético e curvilíneo.

FIGURA 14 - Foto Luana Piovani, Revista Playboy, Abr. 2016



Fonte: Revista Playboy, edição abril de 2016

Quadro 9 - Significantes plásticos referentes à figura 14

Significantes Plásticos	Significados
Moldura	Presente; <i>paspatur</i>
Enquadramento	Corpo todo
Ângulo do ponto de vista	normal
Objetiva	normal
Composição e Paginação	Construção axial; 2ª foto
Formas	Majoritariamente curvas
Cores e Iluminação	Cores neutras; iluminação indireta; difusa

Textura	Pele: lisa e macia; collant e orelhas: rugoso e macio
---------	---

Fonte: quadro elaborado pela autora

Quadro 10 - Significantes icônicos referentes à figura 14

Significantes Icônicos	Significados de primeiro nível	Conotações de segundo nível
Orelhas de coelho	Uniforme das coelhinhas	Fantasia
Abotoaduras	Uniforme das coelhinhas	Traje Social, fantasia
Taça com drink	Festa; bar	Diversão
Collant	Uniforme das coelhinhas	Fantasia
Gravata borboleta	Uniforme das coelhinhas	Traje Social, fantasia
Cabelos longos e soltos	Mulher	Feminilidade
Brincos	Mulher	Feminilidade
Maquiagem	Mulher	Feminilidade
Olhar confrontador	Presença	Interação
Boca aberta	Êxtase	sensualidade
Pernas desnudas	Sensualidade	Mulher
Unha pintada	Mulher	feminilidade
Fundo preto	Estúdio	intimidade

Fonte: quadro elaborado pela autora

Já a foto 4, pertence a outro ensaio, o de Luana Piovani. O cenário escolhido remete a um estúdio de fotografia mesmo, com fundo preto. A moldura é presente, como se fosse um *paspartu*, elemento presente em muitas obras de arte para preservar a figura central ao ser manuseada.

O enquadramento é fechado, num plano que toma o corpo sentado, como um todo. O ângulo de ponto de vista é um normal, como se o fotógrafo estivesse na mesma linha de olhar de Luana.

A escolha da objetiva é consonante as demais fotos (1, 2 e 3) também vem a contribuir com a noção de prioridade dentro da foto. Com uma objetiva normal, que destaca o corpo da modelo e desfoca os demais objetos podemos entender que o que realmente importa é o corpo.

A composição, classificada como construção axial, baseada nas categorias propostas por Georges Péninou (1970 *apud.* Joly, 1996). Essa construção se caracteriza por centralizar o objeto no meio da página, no eixo do olhar.

As formas serão majoritariamente curvas, como nas fotos de Iara Ramos, favorecendo a noção de feminilidade. As cores são neutras, o que nesse caso remete a uma fotografia antiga, em preto e branco, associando a foto à uma estética clássica das garçonetes do *Playboy Club's*. A textura também contribui para o fator da sensualidade, ao trazer uma aparência de pele macia e aveludada.

Elementos icônicos:

Na foto 4, veremos cinco elementos lúdicos, que serão coadjuvantes na composição da foto, fazendo referência ao uniforme usado pelas garçonetes nos *Playboy Clubs*, são eles: as orelhas de coelho, abotoaduras, taça com drink, collant e gravata borboleta. Esses signos ocupam boa parte da foto 4 e são as próprias referências dentro dessa foto. Comparando com a foto 1, onde os signos lúdicos auxiliam na compreensão das referências, mas não são em si mesmo o grande objetivo da foto, aqui eles constituem mais da foto do que o próprio corpo de Luana.

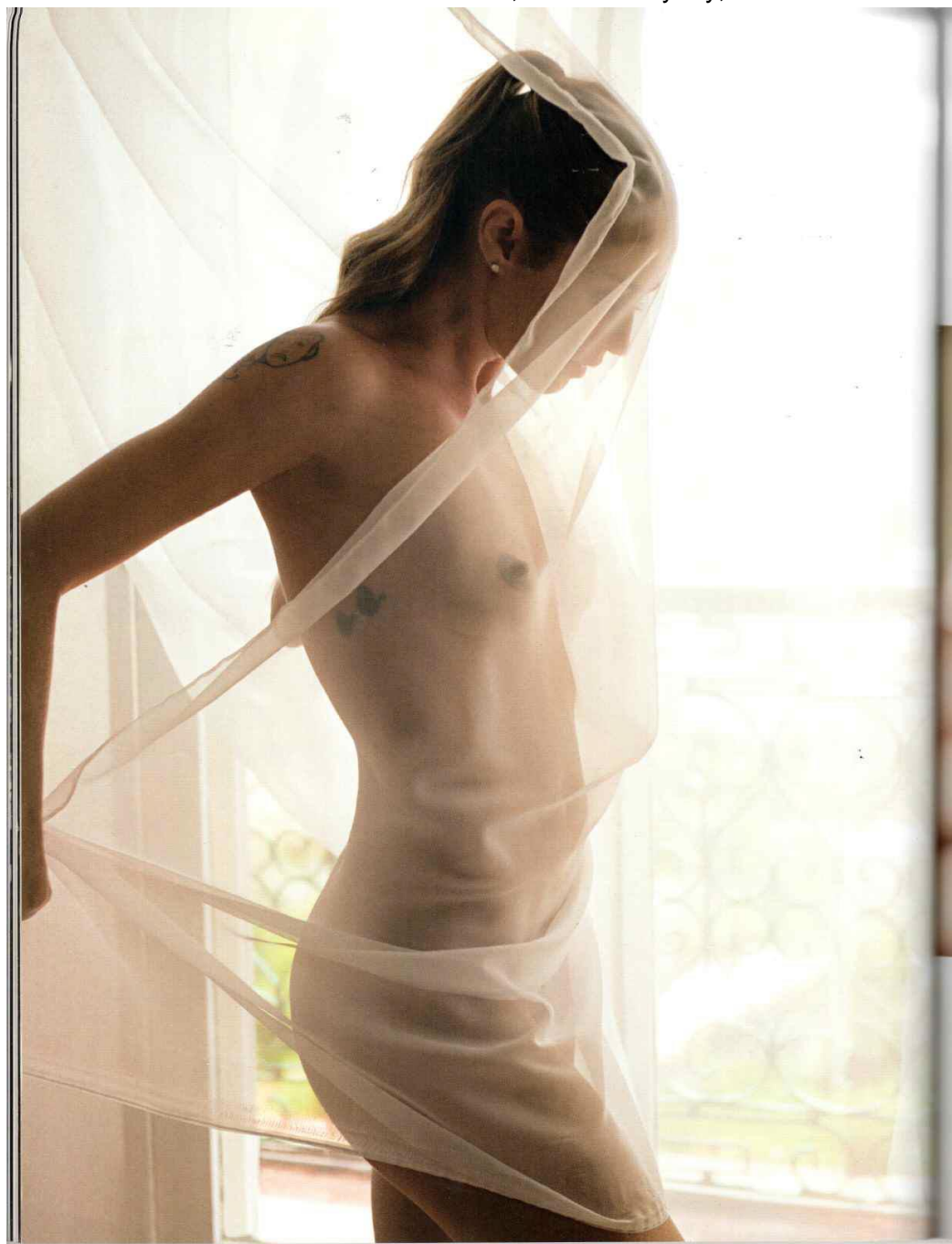
A pose e o olhar de Luana na foto também compõem esse caráter lúdico, de imitar uma garçoneite do *Playboy Club*. Entretanto, ela não está servindo um drink, não está caminhando, está sentada, com a boca aberta em êxtase, sendo contemplada.

Conforme o quadro, teremos cinco elementos icônicos que estarão relacionados a imagem da mulher como um todo, como uma categoria e assim cada um desses pequenos elementos contribui para a compreensão do leitor do que seria de fato uma identidade feminina, referida também como feminilidade. O cabelo longo e loiro, as unhas pintadas, os brincos, as pernas nuas e torneadas e o rosto maquiado.

Eles expressam não só uma mulher qualquer, mas uma mulher idealizada, aquela que detém a beleza supostamente mais desejada para este **tipo de leitor**. Aqui não mais uma mulher que está exibindo o corpo completamente nu e sem pudores, mas uma mulher que segue um *dress code* estrito, que a deixa ligada com uma tradição: as garçonetes coelhinhas. Há uma mudança aqui do tipo de leitor imaginado, podemos ver isso expresso em dois aspectos: o primeiro é o modo como a modelo aparece, o segundo é o valor pelo qual a revista passa a ser vendida, 20 reais ao invés de 14 reais.

Ao associar a imagem de Luana com um *Playboy Club*, estão associando sua imagem ao luxo, à exclusividade, ao poder dos indivíduos que podem frequentar esses ambientes.

FIGURA 15 - Foto Luana Piovani, Revista Playboy, Abr. 2016



Fonte: Revista Playboy, edição abril de 2016

Quadro 11 - Significantes plásticos referentes à figura 15

Significantes Plásticos	Significados
Moldura	Ausente

Enquadramento	Plano médio
Ângulo do ponto de vista	Normal
Objetiva	Normal
Composição e Paginação	Construção em profundidade, 15ª foto
Formas	Linhas curvas verticais: alongamento
Cores e Iluminação	Quentes; iluminação natural, difusa
Textura	Rugosa e macia

Fonte: quadro elaborado pela autora

Quadro 12 - Significantes icônicos referentes à figura 15

Significantes Icônicos	Significados de primeiro nível	Conotações de segundo nível
Tecido transparente	Cortina, véu	mistério
Corpo nu lateral	Sensualidade misteriosa	sexualidade
Grade arabesco	Varanda	Lugar luxuoso
Brinco	Mulher	feminilidade
Cabelo longo e preso	Mulher	feminilidade
Fundo verde claro	Gramado	Espaço amplo, mansão

Fonte: quadro elaborado pela autora

A foto 5, se passa em um dos cômodos da mansão, destaque aqui para a palavra mansão, que sugere grande poder aquisitivo, mais uma vez.

Aqui, a moldura é ausente, como nas fotos de lara, e também flerta com o imaginário prévio do leitor sobre como seria esta mansão. O enquadramento é também fechado, num plano que privilegia a extensão lateral do corpo de Luana. O ângulo escolhido é o normal, o que reforça uma noção de realidade para o leitor, assim como a escolha de uma objetiva normal.

A composição, classificada como construção axial, assim como na foto 4, centralizar o Luana no meio da página, no eixo do olhar. As formas, como nas fotos de lara, serão majoritariamente curvas, denotando feminilidade. As cores são predominantemente quentes, pois é possível ver o corpo bronzeado por baixo da cortina transparente, denotando sensualidade e calor. O fundo claro, e a grade em arabesco remetem para a noção de janela da mansão.

Elementos icônicos:

Na foto 5 não teremos mais referência ao uniforme da coelhinha Playboy, mas podemos associar a foto sob véu transparente aos primórdios da revista Playboy no

Brasil, que em razão da censura imposta pela Ditadura Militar, não podia usar nus explícitos e recorria frequentemente ao uso de tecidos translúcidos, conforme consta no capítulo um. O véu oferece uma noção de mistério.

No quadro, teremos três elementos icônicos que estarão relacionados a imagem da mulher: o cabelo longo, loiro e preso, o corpo nu e os brincos. Assim como nas fotos de Lara, expressam a mulher idealizada. Mas, mais uma vez não é uma nudez óbvia, ela é recoberta de um véu. Seu corpo magro, quadris largos e seios pequenos falam mais de um corpo experiente do que de um corpo necessariamente vaidoso para o apetite do homem heterossexual, muito embora ainda seja, possa ser classificada como uma “beleza padrão”.

FIGURA 16 - Foto Luana Piovani, Revista Playboy, Abr. 2016



Fonte: Revista Playboy, edição abril de 2016

Quadro 13 - Significantes plásticos referentes à figura 16

Significantes Plásticos	Significados
Moldura	Ausente
Enquadramento	Plano médio
Ângulo do ponto de vista	Ligeiramente picado

Objetiva	Normal
Composição e Paginação	Construção focalizada, 24ª foto
Formas	Curvas verticais
Cores e Iluminação	Cores quentes, iluminação natural e difusa
Textura	Lisa e macia

Fonte: quadro elaborado pela autora

Quadro 14 - Significantes icônicos referentes à figura 16

Significantes Icônicos	Significados de primeiro nível	Conotações de segundo nível
Espelho	Mulher	vaidade
Orelhas de coelho	Uniforme coelhinha	fantasia
Curvex	Maquiagem	Mulher, vaidade
Lingerie	Fantasia	sensualidade
Jóias	Luxo	Poder
Batom	Maquiagem	Mulher, vaidade
Estojo de sombras	Maquiagem	Mulher, vaidade
Pincéis	Maquiagem	Mulher, vaidade
Aparador rosa claro	Mobília clássica	Luxo
Corpo nu	Sensualidade	sexualidade
Fundo rosa claro	Decoração delicada	feminilidade
Escova de cabelo	Mulher	vaidade
Vidro de perfume	Vaidade	feminilidade

Fonte: quadro elaborado pela autora

A foto 6 remete ao cenário de um dos cômodos da mansão. A moldura é ausente. O enquadramento fechado, tomando o corpo de Luana de costas, privilegiando dorso e nádegas. O ângulo de ponto de vista é normal, reforçando a noção de interação de igual para igual, no nível dos olhos, entre modelo e público.

Com uma objetiva normal, que destaca o corpo da modelo e desfoca os demais objetos, podemos entender que o que realmente importa é o corpo. Entretanto, a profusão de signos icônicos desfocados sugere que mesmo não sendo o foco da foto, eles representam uma parte importante da construção.

A composição, classificada como construção focalizada, se caracteriza por fazer com que as linhas de força (traço, cores, iluminação e forma) atraiam o olhar em uma determinada direção. Neste caso, o reflexo do rosto de Luana no espelho, olhando e interagindo com o fotógrafo.

As formas serão majoritariamente curvas, como em todas as fotos apresentadas até aqui. As cores são majoritariamente quentes, tanto na pele de Luana como no tom do cenário rosado, remetendo a sensação de delicadeza e feminilidade. A textura da pele, como no ensaio de Lara Ramos, aparece como macia e aveludada.

Elementos icônicos:

A foto 6 é numerosa em signos icônicos. No quadro podemos contar onze elementos que ajudam a construir o sentido desta foto. São eles: o *curvex*, orelha de coelho, *lingerie*, batom, estojo de maquiagem, pincéis, joias, espelho, aparador rosa, escova de cabelo, vidro de perfume. Todo esse aparato evidencia a natureza da beleza expressa na foto, uma beleza altamente produzida, com todo seu arsenal ali, ilustrando isso. Um arsenal que custa caro, além de tudo! Atrela-se mais uma vez a beleza ao valor monetário investido nela.

Estes signos, ao mesmo tempo que caracterizam esse cenário, constroem o caráter lúdico que configura o ensaio, também informam algumas qualidades do ser mulher. A criatura diante do espelho focada em curvar ainda mais seus cílios para parecerem ainda maiores.

A nudez mostrada nesta foto é sutil quando comparada às demais, mas os signos icônicos são expressivamente numerosos. Pela razão de que tentam retomar uma imagem de uma mulher clássica, de uma mulher não tão vulgar, retomando as raízes da Playboy. Algo refinado, para o consumo de um leitor que irá pagar por um material refinado.

6.3 SÍNTESE DA COMPARAÇÃO

Notamos que há um apelo para um público diferente nas duas edições. Na edição da revista Abril, o ensaio de Lara Ramos é muito mais explícito, relacionando mais abertamente a sexualidade à modelo. Por se tratar de uma celebridade não tão conhecida, como Luana Piovani, é possível que um dos motivos da sexualidade exacerbada seja compensatório. O que não se obtém em vendagem pelo critério de celebridade, se obtém pelo critério de sensacionalismo.

Outro ponto importante de ser destacado é a idade das modelos, uma de 26 e outra de 40 anos de idade. Enquanto uma mostra o corpo jovem, volumoso, firme e

atlético a outra expõe um corpo já marcado por duas gravidezes, conforme a própria Luana comenta no artigo ao final da revista.

Enquanto um ensaio apela para a sexualidade explicitamente, outro opta pelo luxo e uma retomada de certos valores originários da marca Playboy. Entretanto, isso não modifica a natureza *objetificante* desses ensaios, um em maior nível que o outro, mas ambos presentes.

Ambos se apoiam em objetos muito similares para construir a identidade feminina: cabelos, unhas, maquiagens, lingerie, um certo tipo de beleza o que nos leva a perceber que embora tente vender uma roupagem progressista, ao dizer que a modelo escolhe as fotos que gostar, as poses que se sentir mais confortável, não pagar cachês dando como motivo a autonomia da mulher e não há uma possível “prostituição” do seu corpo, ainda há que respeitar um valor maior, que seria a imagem amplamente difundida da mulher ideal.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em consideração o problema de pesquisa que desenvolvi na introdução deste trabalho, o modo como a mulher é construída pelo novo modelo editorial da revista Playboy foi explicitado pela análise das fotografias do ensaio principal.

Vimos que tanto a Editora Abril, como a editora PBB *Entertainment*, partilham de algumas similaridades pelo modo que mostram as mulheres no ensaio principal. Podemos atribuir essa semelhança a raiz do modelo de franquia da marca Playboy, que apesar de permitir alterações, ainda preza por uma identidade comum.

As teorias de gênero apontam para o modo como construímos e representamos, enquanto produtores de notícia e de conteúdo, a existência de vários sujeitos. Nos desterritorializam, mexem nas bases do que são homens e do que são mulheres e por quais razões determinados signos estão mais ligados a uma ou outra identidade. A metodologia proposta por Joly (1996), da qual me utilizei, foi suficiente para apontar os elementos dentro da fotografia que iriam caracterizar a feminilidade, principalmente. Entretanto, esse método bebe de muitas fontes, como teorias linguísticas e semióticas, nas quais não me aprofundei. Provavelmente esse território inexplorado teria enriquecido ainda mais a pesquisa.

A ideia de nudez feminina, enquanto forma de arte, na forma mais popular, é fruto de uma política de apagamento desses sujeitos reais em detrimento de um imaginário criado para satisfazer anseios de ostentação de uma posse, conforme Berger (1999) ou ainda de compreensão de uma “natureza feminina”, criando um objeto fantasioso de desejo dos homens, conforme Irigaray (2017).

Wolf (1992) aponta para o interior da mulher, que é constantemente bombardeada por imagens ideais de como deveria ser, e reproduz os hábitos e características mais difundidos, como uma forma de lidar com a ansiedade provocada por uma busca incessante para satisfazer um suposto juiz.

A roda incessante em busca de uma satisfação do gênero oposto não se realiza plenamente, porque não se baseia na vontade de sujeitos e sim na vontade de estereótipos, construídos ao longo de muitos anos, atravessados por milhares de interesses conflituosos, como que num tecido (WOLF, 1992; IRIGARAY; 2017; BUTLER; 2004).

A Playboy, pelas duas editoras, opera em níveis distintos e até antagônicos. Se, por um lado, a revista promove a conversa mais aberta sobre sexo e proporciona uma liberdade sexual, por outro, esse debate e essa liberdade são de propriedade dos homens. As mulheres, nesse sentido, estão postas como “divas”, “musas”, seres inalcançáveis, até mesmo míticos. Logo, elas não carecem de compreensão e sim de fé. Há algo de uma fé religiosa no que é “ser mulher” e representar a feminilidade, como se fizesse parte de um grande dogma.

A PBB *Entertainment* foi inovadora em outros aspectos, trouxe modelos em outras edições que fugiam, pelo menos parcialmente ao padrão de beleza mais recorrente, como nas edições de Fluvia Lacerda, uma modelo gorda ou Ariana Martins, uma modelo surda. Embora ambas já fossem do mundo da moda, isso denota uma priorização da heterogeneidade das mulheres apresentadas.

Alguns ensaios da PBB, como o de Renata Longaray, contavam com elementos até então inesperados, principalmente para uma publicação de nus, como uma carta assinada pela própria mãe de Renata, exaltando as qualidades da filha como menina batalhadora. Já no meio do ensaio de Luana Piovani, havia um poema sobre Luana, ocupando uma página inteira, escrito por Fabricio Carpinejar.

A dinâmica do afastamento entre masculino e feminino mantém muitos produtos jornalísticos e publicitários funcionando. Temos revistas para mulheres, revistas para homens, por exemplo. É possível compreender o por que se reforçam, pauta após pauta, as mesmas normas, as mesmas aparências dos gêneros. É a legibilidade que editores supõe sobre seu público, tanto leitor como anunciante, seu código comum, Scalzo (2004). E, por mais progressista, desconstruído que tentem ser, ainda é o departamento de marketing que paga as contas da casa, como bem analisa Wolf (1992). É através da venda do espaço publicitário que cerca o ensaio sensual que se financia a coluna que trata da sexualidade da mulher. Pautas que são de extrema relevância para a emancipação ou pelo menos conscientização sobre os papéis de gênero.

No final de 2017, enfim, o contrato entre a matriz da marca Playboy nos Estados Unidos foi rescindido com PBB Entertainment, acabando dessa forma com a publicação da revista Playboy no Brasil (pelo menos por hora). O modelo editorial que esboçava uma potência diferenciada em relação ao anterior se perdeu e com isso a

possibilidade de alterar a imagem de uma publicação nacionalmente conhecida e difundida.

REFERÊNCIAS

ABREU, Maria Zina Gonçalves de. **Luta das mulheres pelo direito de voto: movimentos sufragistas na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos.** In: ARQ, História, Ponta Delgada, Portugal, 2ª série, vol.6, p. 443-469, 2002. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10400.3/380>>. Acesso em: 20 Out. 2018.

A REVISTA DO HOMEM. São Paulo: Editora Abril, nº 1, Agosto de 1975. p. 3.

AZUBEL, Larissa Reinhardt. Jornalismo de revista: um olhar complexo. **Rumores – Revista Online de Comunicação, Linguagem e Mídias**, v. 7, n. 13, p. 257-274, 18 jul. 2013. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2013.58942>>. Acesso em 10 set. 2018, 12:00:00

BARBOSA, Kleyson; MIRANDA, Maíra. Carta da redação. **Revista Playboy 488**, ano 41, n. 06, p. 8. Editora PBB Entertainment, São Paulo, abr. 2016

BARCELOS, Thaianny Pontes. Análise da construção de sentidos sobre o feminismo no discurso da revista Elle. Trabalho de Conclusão de Curso (bacharelado em jornalismo), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/177685>>. Acesso em 10 de Set. 2018

BELMIRO, Dalila Maria Musa. Empoderamento ou objetificação: um estudo da imagem feminina construída pelas campanhas publicitárias das marcas de cerveja Devassa e Itaipava. In: **Anais Intercom Júnior**, 2015.

BERGER, John. **Modos de ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BONNACIO, Alex; SILVA, Carla Pollake. **Programa Pânico: a Transposição da Linguagem do Rádio para a TV1**. Intercom 2010

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 15ª ed., Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

Como a Playboy Mudou O Mundo, Direção: Kevin Burns, Produção: Edith Becker. Prometheus Entertainment, EUA, 2012. 1 DVD (90 min)

COSTA, Jurandir Freire. A construção cultural da diferença dos sexos In: **Sexualidade, Gênero e Sociedade**, Rio de Janeiro, Publicação Semestral, Ano 2, Número 3, junho de 1995, pp. 3-8.

DUBOIS, Philippe. **O Ato fotográfico**. Campinas, SP: Papyrus 1993.

EXAME. Como fica o Grupo Abril após pedido de recuperação judicial. **Exame**, São Paulo, 15 ago. 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/como-fica-abril-recuperacao-judicial/>>. Acesso em 18 ago. 2018, 14:40:00

FACCHINI, Regina; DANILIAUSKAS, Marcelo; PILON, Ana Cláudia. Políticas sexuais e produção de conhecimento no Brasil: situando estudos sobre sexualidade e suas conexões.

Revista de Ciências Sociais, vol.44, nº1, Fortaleza, 2013, pp.161-193. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufc.br/revcienso/article/view/833/810>>. Acesso em 19 de Out. 2018

FIGARO, Roseli. O(s) método(s) histórico(s) na pesquisa em comunicação. In: **MATRIZES**, v. 9, n. 2, p. 143-164, São Paulo, 7 dez. 2015. Disponível em <<https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i2p143-164>>. Acesso em 15 Out. 2018.

FOLHA DE SÃO PAULO. Abril entrega gestão do grupo a consultoria de reestruturação. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 19 jul. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/abril-entrega-gestao-do-grupo-a-consultoria-de-reestruturacao.shtml>>. Acesso em 18 ago. 2018, 13:40:00

FOLHA DE SÃO PAULO. Grupo Abril extingue publicações e corta funcionários. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 06 ago. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/08/abril-inicia-cortes-de-revistas-e-pessoal.shtml>>. Acesso em 19 ago. 2018, 19:40:00

FOLHA DE SÃO PAULO. REVISTA 'Playboy' passará a ser bimestral a partir da 3ª edição. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 21 jun. 2016. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/06/1783989-revista-playboy-passara-a-ser-bimestral-a-partir-da-3-edicao.shtml>>. Acesso em 15 ago. 2018, 10:45:00

FONSECA, Paula Coruja da . Expressões dos feminismos: discussões do público com a youtuber Jout Jout. Dissertação de mestrado em comunicação, UFRGS, 2017. Disponível em < <http://hdl.handle.net/10183/158674>> Acesso em 24 nov. 2018, 17:32:00

GIORDANO, Verónica. Negócios, Política e Sexo. A revista Playboy do Brasil 1975-80. **Revista USP**, n. 95, p. 150-158, 30 nov. 2012. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i95p150-158>>. Acesso em 12 ago. 2018, 17:36:00

GOLDENBERG, Mirian; WERNECK, Alexandre. O Nu em Evidência: as formas de legitimação de "o corpo" como capital. **Revista Trama Interdisciplinar**. Campinas, vol.1, n.1, 2010. Disponível em: <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/tint/article/view/2147/1497>>. Acesso em 10 ago. 2018, 17:40:00

GONÇALVES, Patrick Cassemiro. **Playboy Brasil nos anos 00: ressignificação das celebridades nas capas da revista**. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) — Universidade de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/6418>>. Acesso em 14 ago. 2018, 18:00:00

GUNELIUS, Susan. **Nos Bastidores da Playboy**: O jeito Playboy de gerir uma marca. São Paulo: editora Saraiva, 2010.

HALL, Stuart. **A centralidade da cultura**: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Educação & Realidade, Porto Alegre, v. 22, nº2, 1997.

IRIGARAY, Luce. Este sexo não é só um sexo: sexualidade e status social da mulher. Editora Senac, São Paulo, 2017.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas, SP: Papius 1996.

LAGE, Nilson. Que futuro há para os jornais impressos? In: **Revista Eletrônica Temática. Universidade Federal da Paraíba**. João Pessoa, 2005. Disponível em: <<http://www.insite.pro.br/2005/30-Que%20futuro%20h%C3%A1%20para%20os%20jornais%20impressos.pdf>>.

Acesso em 14 ago. 2018, 19:00:00

MATESCO, Viviane. Corpo e mulher: do nu objetivado à nudez das feministas dos anos 1960–70. In: **Anais do XXV Encontro da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas**, Simpósio 7 [recurso eletrônico]; Compartilhamentos na arte: redes e conexões / Nara Cristina Santos; Ana Maria Albani de Carvalho; Paula Ramos; Andréia Machado Oliveira (Orgs.). Porto Alegre: ANPAP, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2016. Disponível em: <<http://www.anpap.org.br/anais.html>>. Acesso em 26 set. 2018, 18:30:00

MATOS, Marlise. Teorias de gênero ou teorias e gênero? Se e como os estudos de gênero e feministas se transformaram em um campo novo para as ciências. In: **Rev. Estud. Fem.**, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 333-357, Ago. 2008. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-026X2008000200003>>. Acesso em 15 Out. 2018.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: o caso da Editora Abril**. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, 1997. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/280039>>. Acesso em 14 ago. 2018, 18:30:00

NEVES, Raphael Cezar da Silva. **Reconhecimento, multiculturalismo e direitos. Contribuições do debate feminista a uma teoria crítica da sociedade**. 2005. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8131/tde-28092005-170506/>>. Acesso em 22 Out 2018.

NEGREIROS, Adriana. Palácio dos Prazeres. **Revista Piauí**, Ed. 114. São Paulo, mar. 2016. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/palacio-dos-prazeres/>>. Acesso em 15 ago. 2018, 11:45:00

OLIVEIRA, Lucia Lippi. Estado Novo e a conquista de espaços territoriais e simbólicos. In: **Revista Política e Sociedade (UFSC)**, v.7, n. 12, p. 13-21, 2008 Disponível em: <<https://doi.org/10.5007/2175-7984.2008v7n12p13>>. Acesso em 25 set. 2018, 15:45:00

PETERS, Michael. **Pós-estruturalismo e filosofia da diferença**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

PINHEIRO, Felipe. “**Playboy**” acaba no Brasil e editora é acusada de usar nome indevidamente. Portal UOL, São Paulo, 11 jul. 2018. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2018/07/11/playboy-e-encerrada-no-brasil-e-presidente-e-suspeito-de-crimes.htm>>. Acesso em 19 ago. 2018, 20:00:00

PINTO, Céli Regina Jardim. **Feminismo, história e poder**. Rev. Sociol. Polit., Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, Jun. 2010. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-44782010000200003>>. Acesso em 20 Out. 2018.

Revista Playboy. Edição N°488. Curitiba: PBB Entertainment, abril de 2016.

RIBEIRO, Anderson Francisco. **Desnudando a ditadura militar**: as revistas erótico pornográficas e construção da(s) identidade(s) do homem moderno (1964-1985). Tese (doutorado em história) - Faculdade de Ciências e Letras de Assis - Universidade Estadual Paulista. Assis, 2016. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/141986>>. Acesso em 13 ago. 2018, 14:15:00

SALLES, Ana Cristina Teixeira da Costa; CECCARELLI, Paulo Roberto. A invenção da sexualidade. **Reverso**, Belo Horizonte, v. 32, n. 60, p. 15-24, set. 2010. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-73952010000300002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 22 out. 2018.

SANTHIAGO, Ricardo. Outras vozes pela cidadania: Aspectos da interação leitor/publicação no espaço de cartas do leitor. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, n.28, 2005. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pesquisaDetalhe.php?id=43532&query_final=KCAoICh0aXR1bG8qbGlrZSAnJW91dHJhcyB2b3plcyBwZWxhIGNpZGFkYW5pYSUnKSApICBBTkQgKHN0YXR1cz0nMScpICkgT1JERVIgQlkgZGF0YUVkaWNhbyBERVND>. Acesso em 25 set. 2018, 17:00:00

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SILVA, Tauana Olivia Gomes; FERREIRA, Gleidiane de Sousa. **E as mulheres negras?** Narrativas históricas de um feminismo à margem das ondas. Rev. Estud. Fem., Florianópolis, v. 25, n. 3, p. 1017-1033, Dez. 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1806-9584.2017v25n3p1017>>. Acesso em: 22 de Out. 2018

SODRÉ, Nelson Werneck. **A história da imprensa no Brasil**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SOUZA, Edney Clemente de. **Playboy**: a estética do inatingível; Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) PUC/RJ. Rio de Janeiro, 2009.

STELLMANN, Renata. **A masculinidade na clínica**. Dissertação (mestrado em psicologia). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <<https://doi.org/10.17771/PUCRio.acad.9704>>. Acesso em: 16 Out. 2018.

TERRA. Confira todas as capas de Playboy, mês a mês. **Portal Terra**. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/infograficos/capas-da-playboy/>>. Acesso em: 10 Out. 2018

REVISTA PLAYBOY. Edição Nº485. São Paulo: Abril, outubro de 2015.

REVISTA PLAYBOY. Edição Nº488. São Paulo: PBB Entertainment, abril de 2016.

RUBIN, Gayle. O tráfico de mulheres. Notas sobre a 'Economia Política' do sexo. Tradução de Christine Rufino Dabat. Recife: SOS Corpo, 1993.

VITTO, Silmara; SPERB, Raphael Carlos; PAZ, Camila Candeia. **O Uso da Imagem Feminina nos Programas de Auditório: Do Chacrinha ao Pânico na TV!**. Intercom 2009

WOLF, Naomi. O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.