

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO – USP
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES – EACH
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS CULTURAIS

RENATA LIMA CREMASCO

**Sobrevivência corpórea e imagética da Ninfa:
entre mulheres adornadas, joviais e idílicas**

São Paulo / SP

2022

RENATA LIMA CREMASCO

**Sobrevivência corpórea e imagética da Ninfa:
entre mulheres adornadas, joviais e idílicas**

Versão original

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Filosofia pelo Programa de Pós-graduação em Estudos Culturais.

Área de Concentração: Estudos Culturais

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Valéria Gazetta

São Paulo / SP

2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da Escola de Artes, Ciências e Humanidades,
com os dados inseridos pelo(a) autor(a)
Brenda Fontes Malheiros de Castro CRB 8-7012; Sandra Tokarevicz CRB 8-4936

Lima Cremasco, Renata
Sobrevivência corpórea e imagética da Ninfa:
entre mulheres adornadas, joviais e idílicas /
Renata Lima Cremasco; orientador, Valéria Cazetta.
-- São Paulo, 2022.
88 p: il.

Dissertacao (Mestrado em Filosofia) - Programa
de Pós-Graduação em Estudos Culturais, Escola de
Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São
Paulo, 2022.

Versão original

1. Ninfa. 2. Playboy. 3. Sensualidade. 4.
Pathosformel. 5. Nachleben. I. Cazetta, Valéria,
orient. II. Título.

Nome: CREMASCO, Renata Lima.

Título: Sobrevivência corpórea e imagética da Ninfa: entre mulheres adornadas,
jóias e idílicas

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Filosofia do Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais.

Área de Concentração: Estudos Culturais

Aprovado em: ____ / ____ / ____

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____ Instituição: _____
Julgamento: _____ Assinatura _____

:

Prof. Dr. _____ Instituição: _____
Julgamento: _____ Assinatura _____

:

Prof. Dr. _____ Instituição: _____
Julgamento: _____ Assinatura _____

:

À minha família e amigos.

AGRADECIMENTOS

Essa pesquisa só foi possível graças ao apoio e incentivo de instituições e pessoas. Agradeço primeiramente à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo apoio e incentivo aos estudos e à pesquisa.

Agradeço a Universidade de São Paulo e a toda sua equipe de profissionais que tornaram possível minha formação e a realização de um sonho. Aos professores e professoras que fizeram parte da minha jornada durante os dois anos de formação, em especial à Prof. Dra. Cynthia Harumy Watanabe Correa pelo apoio, incentivo e orientação durante o ano de 2021 como minha supervisora no Programa de Aperfeiçoamento de Ensino (PAE).

Agradeço à minha orientadora, Prof. Dra. Valéria Cazetta, pelo acolhimento, assistência e disponibilidade.

Agradeço aos membros da banca examinadora, pelo interesse e disponibilidade.

Agradeço ao grupo de estudos MIRAGEM e a todos seus integrantes pelo suporte e pelos ensinamentos que nossos encontros me proporcionaram.

Agradeço profundamente a minha família. Ao meu parceiro de vida, Rafael, pelo companheirismo, por me apoiar, incentivar e acreditar em mim quando nem eu mesma acreditava. A minha mãe, Sandra, meu padrasto Sidney, meus sogros Mario e Solange por todo tipo de suporte que eu precisei durante esses anos, por me compreenderem e cooperarem para que eu pudesse perseguir meu sonho.

Agradeço aos meus amigos e amigas que desde o início me apoiaram e torceram por mim, especialmente a Bárbara e ao Jocy pelos conselhos, pelos ouvidos e paciência nos dias difíceis.

À todos e todas que de alguma forma estão envolvidos e contribuíram para eu chegar até aqui, meus agradecimentos!

A imagem ninfoléptica não conhece limites, apenas fusão: seu afeto envolvente é essencial; é uma imagem dissolvente que torna-se uma, de destruição, como a própria ninfa.

(BAERT, 2013, p. 182, tradução nossa)

RESUMO

CREMASCO, Renata Lima. **Sobrevivência corpórea e imagética da Ninfa: entre mulheres adornadas, joviais e idílicas**. 2022. 88f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022. Versão Original.

O presente estudo consistiu em analisar a construção visual da sensualidade feminina, a partir do conceito de Ninfa, tomando como material empírico as capas da revista Playboy brasileira publicadas entre os anos de 1982 e 2010. Como ferramenta teórica, utilizamos os conceitos de *ninfa*, *sobrevivência* e *pathosformel*, a partir dos estudos de Aby Warburg, que inspiraram Georges Didi-Huberman, Giorgio Agamben, Bogdana Paskaleva e Daniela Queiroz Campos. Após a análise das 505 capas da Playboy, selecionamos 18 delas, por meio das quais evidenciamos os elementos sobreviventes da Ninfa, tais como a beleza sublime, jovialidade e o poder de fascinação, que compõem a corporeidade erótica e sensual das mulheres estampadas naquelas capas. Observamos, ainda, elementos da Ninfa que se reconfiguram na contemporaneidade. Compreendemos que a *Pathosformel* da Ninfa é constituída tanto por fragmentos sobreviventes, à exemplo da jovialidade, quanto por novos elementos que emergem na contemporaneidade, como a tatuagem, que, ao encarnarem na imagem da figura feminina, são responsáveis por provocar o desejo.

Palavras-chave: Ninfa. Playboy. Sensualidade. Pathosformel. Nachleben.

ABSTRACT

CREMASCO, Renata Lima. **Body and imagery survival of the Nymph**: among adorned, jovial and idyllic women. 2022. 88p. Dissertation (Master of Philosophy) – School of Arts, Sciences and Humanities, University of São Paulo, São Paulo, 2020. Original version.

The present study consisted of analyzing the visual construction of female sensuality, based on the concept of Ninfa, taking as empirical material the covers of the Brazilian Playboy magazine published between 1982 and 2010. As a theoretical tool, we used the concepts of nymph, survival and pathosformel, based on the studies of Aby Warburg, which inspired Georges Didi-Huberman, Giorgio Agamben, Bogdana Paskaleva and Daniela Queiroz Campos. After analyzing the 505 Playboy covers, we selected 18 of them, through which we highlight the surviving elements of Ninfa, such as sublime beauty, joviality and the power of fascination, that make up the erotic and sensual corporeity of the women stamped on those covers. We also observe elements of the Ninfa that are reconfigured in contemporary times. We understand that Ninfa's Pathosformel is constituted both by surviving fragments, such as joviality, and by new elements that emerge in contemporaneity, such as the tattoo, that, when embodied in the image of the female figure, are responsible for provoking desire.

Keywords: Nymph. Playboy. Sensuality. Pathosformel. Nachleben.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Suzana Alves como Tiazinha	1
Figura 2 – O Nascimento de São João Batista – Domenico Ghirlandaio (1486-1490)	17
Figura 3 – Baixo-relevo Gradiva	23
Figura 4 – Capas da revista Playboy, no período entre 1977 e 2017	35
Figura 5 – Logotipo da Playboy	41
Figura 6 – Primeira capa da Playboy norte-americana	42
Figura 7 – Hugh Hefner e modelos na piscina da mansão em 1975	49
Figura 8 – Capa Revista do Homem, agosto de 1975	51
Figura 9 – Primeira capa com o nome Playboy no Brasil	53
Figura 10 – Playboy norte-americana com Donald Trump, março de 1990	54
Figura 11 – Playboy Japão, em homenagem aos 10 anos da morte de Ayrton Senna	55
Figura 12 – Joana Prado – 12/99	59
Figura 13 – Suzana Alves, 03/99	60
Figura 14 – Syang, 11/02	61
Figura 15 – Fernanda Young, 11/09	62
Figura 16 – Monique Evans, 07/85	63
Figura 17 – Cleo Pires, 08/10	63
Figura 18 – Vera Fischer, 1982 e 2000 (31 e 49 anos)	66
Figura 19 – Luma de Oliveira, 1988 e 2005 (21 e 45 anos)	66
Figura 20 – Claudia Ohana, 1985 e 2008 (22 e 45 anos)	67
Figura 21 – Dany Bananinha, 2001 e 2004	70
Figura 22 – Sheila Carvalho, 1998 e 2000	70
Figura 23 – Deborah Secco, 1999 e 2002	71
Figura 24 – Painel 39 do Bilderatlas Mnemosyne de Warburg	75

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
2 UMA IMAGEM DE MEMÓRIA, TEMPO E DESEJO	10
2.1 Entre Ninfas e alguns estudos sobre a revista Playboy	10
2.2 A Ninfa como personagem teórico	12
2.3 A Ninfa como figura dialética	19
2.4 Ninfa: uma imagem que desperta o desejo	21
2.5 Ninfa: uma imagem para perseguir	26
3 PROCEDIMENTO TEÓRICO-METODOLÓGICO	31
3.1 Percurso teórico	31
3.2 Delineando uma série empírica	33
3.3 Uma Ninfa em muitas capas	36
4 FORJAR UM ARTEFATO CULTURAL: A REVISTA PLAYBOY	39
4.1 Antecedentes de uma revista	39
4.2 Guerra fria e o movimento conservador norte-americano	42
4.3 O homem doméstico	45
4.4 A revolução sexual de Hefner	47
4.5 A Playboy no Brasil	50
5 MULHERES ADORNADAS, CORPOREIDADES JOVIAIS E BELEZA IDÍLICA	57
5.1 Mulheres adornadas	59
5.2 Corporeidades joviais	65
5.3 Beleza Idílica	69
6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	73
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
REFERÊNCIAS	80

1 INTRODUÇÃO

Suzana Alves, mais conhecida por sua personagem “Tiazinha”, que foi um grande sucesso no final dos anos 1990 no Brasil, se tornou símbolo sexual por utilizar *lingeries* pretas, máscara e um chicote. Personagem erótica, Tiazinha se transformou em um fenômeno ao posar para revistas, lançar discos, realizar shows (inclusive no Japão), ganhando uma série própria na Rede Bandeirantes após deixar o “Programa H”, na mesma emissora, além de inúmeros produtos licenciados, como sapatos, cadernos, brincos, etc. (RAMOS, 2001).

Figura 1 – Suzana Alves como Tiazinha



Fonte: Extra Online, 2015¹

A personagem, que se apresentava no extinto Programa H, exibido de 1996 a 2002 na Rede Bandeirantes de televisão, sob o comando de Luciano Huck, realizava brincadeiras sexualizadas, aludindo a práticas sadomasoquistas: um rapaz da plateia se deitava em uma cadeira odontológica enquanto o apresentador lhe fazia perguntas de conhecimentos gerais; se o espectador errasse a resposta, Tiazinha lhe atribuía “castigos” com chicotadas e depilação com fita adesiva. Todo “sofrimento” valia a pena somente pela presença da bela mulher de *lingerie* (COSTA

¹ Disponível em:

<https://extra.globo.com/famosos/cantor-daniel-revela-como-ficou-com-suzana-alves-ex-tiazinha-foi-um-a-relacao-quente-era-louco-por-ela-13974554.html>. Acesso em: 22 fev. 2022.

JÚNIOR, 2011). A recompensa para quem acertasse a resposta era um *striptease* da musa, que retirava algumas peças de sua roupa íntima.

A paradoxal personagem, erótica e delicada, deixou o país alucinado. Luis Fernando Verissimo (1999) publicou em sua coluna, no jornal *O Globo*, que, graças à Tiazinha, “o Brasil conseguiu outra façanha inédita no mundo: inventou o sadomasoquismo sem maldade”². O estrondoso sucesso dessa personagem repercutiu, inclusive, em grandes jornais internacionais, tais como *The Guardian*, *The New York Times* e *Washington Post*. Este último, ao abordar o fenômeno Tiazinha, afirmou que ela agradava tanto o público adulto, sobretudo masculino, quanto as crianças, comparando-a, inclusive, ao filme *Stars Wars – A Ameaça Fantasma* (sucesso de bilheteria em 1999, um ano depois da estreia de Tiazinha e do jogo eletrônico *Pokémon*):

O Japão tem seu Pokémon; os Estados Unidos têm a Ameaça Fantasma. Mas, no Brasil, Tiazinha – na verdade Suzana Alves, de 20 anos, dançarina e modelo que virou dominadora da televisão – domina, literalmente, com punho de ferro. (FAIOLA, 1999, n.p, tradução nossa).³

Outra maneira de mensurar seu sucesso está no expressivo crescimento salarial da atriz, que saltou, em apenas oito meses após sua estréia no programa, de R\$ 1.000,00 para R\$ 40.000,00 (BATISTA JÚNIOR, 2017). Estima-se que, em 1999, Suzana Alves tenha lucrado 30 milhões de reais por meio de shows, produtos licenciados, salário na televisão e participações em revistas (BATISTA JÚNIOR, 2017). Contudo, apesar do êxito, Suzana começou a sofrer com problemas emocionais e psicológicos que, segundo ela, foram desencadeados pelo forte assédio que sofria. Embora tenha aposentado a personagem no início dos anos 2000, ela nunca foi esquecida, tornando-se ao mesmo tempo um ícone pop do Brasil e uma sobrevivente do símbolo de desejo em nosso imaginário coletivo.

Em entrevista concedida ao programa *Luciana By Night*, em 2017, Suzana, ao comentar sobre a Tiazinha, confessou sua dificuldade em se desprender da

² Disponível em:

<https://acervo.oglobo.globo.com/busca/?busca=o+Brasil+conseguiu+outra+fa%C3%A7anha+in%C3%A9dita+no+mundo%3A+inventou+o+sadomasoquismo+sem+maldade>. Acesso em: 22 fev. 2022.

³ Disponível em:

<https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/1999/06/29/letter-from-brazil/54385bbe-d8d9-4f60-9ee2-14dfc79f43d0/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

personagem (QUEM, 2017)⁴. A atriz alegou que o estigma de sensualidade da personagem ainda a persegue em todos os âmbitos de sua vida. E, até os dias atuais, a imagem de Tiazinha segue reverberando na mídia. Ao assumir, recentemente, seus cabelos brancos, Suzana gerou certo alvoroço nas redes sociais, surpreendendo seus fãs. A repercussão foi suficiente para que dezenas de portais de notícias estampassem fotografias de Alves com os cabelos grisalhos, que, segundo ela, estariam relacionadas à imagem de Tiazinha, que ainda permanece na memória dos brasileiros: “o público tem dificuldade de desconstruir o mito desse ícone pop. As pessoas também não conseguem aceitar que uma pessoa ainda jovem se permita ‘envelhecer’ tão rapidamente” (ALVES, 2020, n.p.)⁵.

Não só a imagem de Alves ainda é alvo dos artefatos midiáticos, mas também sua trajetória como Tiazinha. Em entrevista concedida no ano de 2021 ao programa *Fantástico* da TV Globo, replicada em portais de notícias, o apresentador Luciano Huck, ao lembrar sua carreira, citou as personagens Tiazinha e Feiticeira, alegando que ambas não caberiam no contexto atual por serem extremamente sexualizadas e objetificadas (ISTO É, 2021)⁶. A respeito disso, o colunista de entretenimento Chico Barney (2021, n.p.)⁷ acredita que Huck poderia ter reconhecido os feitos das duas personagens e questiona: “Luciano Huck teria chegado onde (sic) chegou sem Tiazinha e Feiticeira?” Em resposta a essa pergunta, José Ferreira Neto, apresentador e comentarista esportivo da TV Bandeirantes, ao demonstrar insatisfação com a entrevista de Huck, assevera que o apresentador “tinha que ter, no mínimo, a gratidão de falar o nome das duas”, pois,

⁴ Disponível em: Disponível em:

<https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2017/11/foi-muito-dificil-abandonar-tiazinha-desaba-suzana-alves.html>. Acesso em: 22 fev. 2022.

⁵ Disponível em:

<https://vogue.globo.com/celebridade/noticia/2020/06/mulher-e-mais-interessante-sem-mascaras-diz-suzana-alves-sobre-cabelos-grisalhos-na-quarentena.html>. Acesso em: 22 fev. 2022.

⁶ Disponível em:

<https://istoe.com.br/volta-de-tiazinha-e-feiticeira-nao-caberia-na-tv-diz-huck-veja-como-elas-estao-hoje/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

⁷ Disponível em:

<https://www.uol.com.br/splash/colunas/chico-barney/2021/08/31/luciano-huck-teria-chegado-onde-chegou-sem-tiazinha-e-feiticeira.htm>. Acesso em: 22 fev. 2022.

sem as duas personagens, não teria alcançado o sucesso que tem hoje (FERREIRA NETO, 2021, n.p.)⁸.

O fato é que Tiazinha se tornou uma imagem sobrevivente no imaginário popular da sociedade brasileira; a personagem erótica, presente em quase todos os espaços discursivos midiáticos, tais como, televisão, jornais, rádios e produtos voltados para o público infanto-juvenil, foi estampada em duas capas da revista Playboy: as edições de número 284 (março de 1999) e 296 (março de 2000), consideradas as mais vendidas da história da revista no país. Tiazinha, sinônimo de sensualidade e desejo, nos faz questionar o porquê de sua sobrevivência como ideal de mulher.

O corpo da mulher brasileira, amplamente mencionado na produção literária e midiática nacional como erótico e sensual, foi transformado em símbolo sexual. Andreia Alves Monteiro de Castro (2019), professora de Literatura Portuguesa e de Literaturas Africanas de Língua Portuguesa no Instituto de Letras da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), argumenta que, na literatura oitocentista, obras como *Iracema*, de José de Alencar (1865), *O cortiço*, de Aluísio Azevedo (1890), *Coração, Cabeça e Estômago*, de Camilo Castelo Branco (1862), entre outras, contribuíram para a construção da imagem hipererotizada da mulher brasileira. Em nosso imaginário social, o estereótipo feminino é o de uma mulher que, além de um belo corpo, dispõe de sexualidade aflorada. Segundo as sociólogas Ana Lúcia Castro e Renata Pires Pinto,

tal imaginário estereotipado ancora suas origens desde o início da colonização brasileira. É possível reconhecer este discurso já na carta de Pero Vaz de Caminha, primeiro documento escrito sobre o Brasil, que descreve o país como o paraíso onde viveriam Adão e Eva. Suas impressões sobre as índias já exaltam a sensualidade e “falta de vergonha”. (CASTRO; PINTO, 2014, p. 37).

Sensualidade, eroticidade e beleza – características idealizadas e valorizadas nas mulheres brasileiras – têm significativa relevância em nosso tecido social, ao ponto de brasileiros e brasileiras compreenderem tais particularidades como constituintes de sua nacionalidade (CHACHAM; MAIA, 2004). Ademais, o corpo, para

⁸ Disponível em:

<https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/2021/09/01/neto-diz-que-luciano-huck-nao-faria-mesmo-sucesso-sem-tiazinha-e-feiticeira.htm>. Acesso em: 22 fev. 2022.

a antropóloga Mirian Goldenberg (2006), é um capital físico, econômico, social e simbólico; o corpo jovem, magro e sexy é de grande relevância no país, servindo, seja como meio de ascensão social, seja como recurso para o mercado de trabalho, casamento e relações sexuais.

As imagens de corpos femininos, representados como sensuais, desejosos e desejados, foram amplamente disseminadas ao longo do tempo. A imagem da figura feminina, construída como sensual e provocativa, atravessa camadas de tempo e pode ser encontrada também em pinturas, esculturas e fotografias, isto é, “o corpo erótico, o corpo belo, o corpo montado podem ser apontados como uma quase constância em apresentações imagéticas de uma pluralidade de tempos históricos” (CAMPOS, 2017d, p. 1). Tendo em vista esses fatores, a presente pesquisa consistiu em analisar a construção visual da sensualidade feminina, a partir do conceito de Ninfa, tomando como material empírico as capas da revista Playboy brasileira.

A eroticidade e a sensualidade, características da Tiazinha, também podem ser encontradas nas Ninfas, seres mitológicos considerados divindades menores, geralmente apresentadas como jovens e belas mulheres, possuidoras de poder de sedução e fascinação. As Ninfas, objeto de estudo do historiador de arte alemão Aby Warburg (1866-1929), tornaram-se para ele um conceito que definia a personagem teórica de um tempo distante em constante movência, que sobrevive no tempo, reaparecendo em diferentes épocas, em outros lugares, afinal, “as ninfas continuam por aí, aparentemente por toda parte” (CAMPOS, 2020, p. 243). Warburg observou a recorrência dessa figura em obras florentinas do *Quattrocento* e buscou investigar o motivo de seu constante reaparecimento, bem como compreender “as maneiras pelas quais essas figuras conectavam uma época histórica a outra e, em particular, o fato de que aquela outra época fazia alusão à Antiguidade Clássica” (SZIR, 2019, p. 24, tradução nossa). Por ser a Ninfa ser uma figura que reaparece e permanece através do tempo, Warburg a entendia como uma imagem capaz de causar fascinação e perturbação.

Para investigarmos as Ninfas brasileiras como personagem teórica na forja da sensualidade feminina, realizamos uma busca nas capas da revista Playboy, nas

quais os corpos femininos representados assemelham-se aos corpos das Ninfas, que continuam

a figurar na imaginação cultural, manifestando-se em formas tão diversas como nas representações tentadoras e sedutoras do século XIX: da *Tentação de Santo Antônio à Lolita* de Nabokov e à *Ninfomaníaca* de Lars von Trier. Até Beyoncé, com o cabelo balançando eternamente na brisa de um leque no palco, é uma reminiscência de uma Ninfa. (ENENKEL; TRANINGER, 2018, p. 1, tradução nossa).

A Playboy brasileira, tributária de marca homônima à revista estadunidense mundialmente conhecida, constitui o conjunto empírico dessa pesquisa. Nas páginas da Playboy brasileira, que circulou em larga escala no Brasil, foram estampadas as mais belas e cobiçadas mulheres. Criada nos Estados Unidos, por Hugh Hefner, em 1953, essa revista publicou imagens sensuais de mulheres endereçadas ao público masculino. Ao apresentar em sua primeira capa a atriz Marilyn Monroe (1926-1962), a revista obteve grande repercussão, distribuindo 70 mil exemplares e vendendo outros 52 mil em sua primeira tiragem (COSTA, 2013). Hefner idealizou uma revista na qual o homem poderia ter o “vislumbre de um mundo de fantasia que na verdade era possível” (GUNELIUS, 2010, p. 38).

Apresentando mensalmente aos leitores uma bela e jovem mulher, Hefner acreditava que a Playboy poderia exhibir aos homens as lindas garotas comuns, tais como aquelas da vizinhança (*girl next door*), que poderiam estar em qualquer lugar e que tinham o potencial para se tornar símbolos sexuais (PRECIADO, 2010). Ao criar o conceito de *playmate*, Hefner considerava cada mulher que estampava a capa da revista uma acompanhante de diversão

que deveria ser uma combinação do corpo carnoso e de aspecto infantil ao da anônima *pin-up* estadunidense, do glamour das mulheres dos pôsteres de *Hollywood* com a audácia de uma pintura pornográfica. (PRECIADO, 2010, p. 67, tradução nossa)

No Brasil, a Playboy foi lançada em 1975 sob o título Revista do Homem, publicando textos, reportagens e fotografias mediante aprovação do então Governo ditatorial brasileiro, sobretudo no período compreendido entre 1964 e 1985. Contudo, em 1978, o nome da revista foi alterado para Playboy, durante o momento de transição para a democracia vivido pelo país.

Enquanto a Playboy norte-americana buscava estampar *girls next door*, a revista brasileira tinha preferência por estampar celebridades. No prefácio escrito pelo diretor da revista no Brasil, Edson Aran, para o livro de Susan Gunelius (2010), *Nos Bastidores da Playboy: o jeito Playboy de gerir uma marca*, ele afirma que a escolha por estampar celebridades decorria da estratégia de vendas da revista para, assim, atrair consumidores. Para ele, a fórmula brasileira foi um sucesso, porque “todas as grandes atrizes posaram para a revista” (ARAN, 2010, p. 10) e, dessa maneira, a Playboy, no Brasil, “permaneceu sólida como líder do segmento masculino e mais próxima à fórmula editorial criada por Hugh Hefner do que a própria revista da qual ele é o editor-chefe” (ARAN, 2010, p. 10). Desse modo, a identidade da Playboy brasileira foi forjada a partir das imagens das mulheres mais desejadas e populares no país, uma vez que atrizes, apresentadoras, modelos e mulheres envolvidas com homens famosos ou poderosos estamparam as capas da revista.

Em termos procedimentais, buscou-se com esta pesquisa, primeiro, mapear os autores e as autoras que abordam a Ninfa como personagem teórica. Para tanto, utilizamos referências que operam mediante as lentes conceituais de Aby Warburg, a exemplo de Georges Didi-Huberman, Giorgio Agamben, Bodgada Paskaleva e Daniela Queiroz Campos, entre outros. Para contextualizar tematicamente nosso estudo, consultamos fontes como Paul B. Preciado, Gail Dines e Susan Gunelius, que debatem a respeito da criação e o papel da Playboy na sociedade contemporânea.

O conjunto de materiais analisado foi constituído por 505 capas da revista Playboy, disponíveis *on-line*, publicadas desde seu lançamento no Brasil até o ano de 2017, quando a revista deixou de circular de forma impressa. Após organizá-las por ano, estabelecemos cinco categorias de análise, a fim de encontrar as características mais recorrentes nas imagens dos corpos das mulheres estampadas. Por fim, elegemos 18 capas, entre os anos de 1982 e 2010, as quais foram analisadas com a intenção de apresentar os elementos constituidores da Ninfa encontrados nas imagens da corporeidade feminina contemporânea.

Para cumprir tais objetivos, organizamos a dissertação em quatro capítulos. No primeiro, apresentamos o percurso metodológico da pesquisa. No segundo

capítulo, intitulado *Uma imagem de memória, tempo e desejo*, abordamos a Ninfa como noção teórica, explorando seus possíveis percursos, aparições e manifestações, e compreendendo-a como forma feminina em movimento, sintoma de uma sobrevivência, ou seja, uma personagem que não é nova e que, costumeiramente, retorna atualizada nas pontas do nosso presente. Assim, esse capítulo busca elucidar o que pode ser a Ninfa, a partir da perspectiva de Aby Warburg, atualizada em outros contextos, como a revista Playboy. Neste mesmo capítulo, discorreremos a respeito da revista, apresentando a circunstância histórica e social de seu lançamento nos Estados Unidos e no Brasil. No próximo capítulo, *Mulheres adornadas, beleza jovial e beleza idílica*, analisamos as capas da revista, a fim de apresentar a sobrevivência corpórea da Ninfa nas imagens das mulheres brasileiras nelas representadas. Após a análise das 505 capas, selecionamos 18, divididas em três categorias, com o intuito de escavá-las em profundidade por intermédio da montagem didi-hubermaniana que, de acordo com Campos (2017a, p. 271), “pressupõe pensar a desmontagem, uma vez que, para o intelectual, se precisamos montar imagens é porque as imagens desmontam”. Ao desmontar uma imagem, temos a possibilidade de compreendê-la melhor e, ao mesmo tempo, dar um novo sentido a ela, já que a desmontagem abre a imagem de tal modo a permitir percebê-la como não havíamos antes. Sobre a desmontagem, Didi-Huberman usa como exemplo o relógio que, ao ser desmontado

[...] para de funcionar, é claro. Entretanto, essa parada – *die Dialektik im Stillstand* – provoca um efeito de conhecimento que, de outra forma, seria impossível. Pode-se desmontar as peças de um relógio para aniquilar o insuportável tique-taque da contagem do tempo, mas também para entender melhor como funciona, e até mesmo consertar o relógio defeituoso. (DIDI-HUBERMAN, 2015, p. 131).

Dessa maneira, proceder mediante a montagem norteou a análise das capas. As três categorias criadas, quais sejam, “mulheres adornadas”, “beleza jovial” e “beleza idílica”, direcionaram a busca dos elementos que tornaram o corpo feminino sedutor e erótico, possibilitando-nos relacionar esses elementos com a corporeidade da Ninfa brasileira. No último capítulo, discutimos os motivos para a Ninfa ser uma referência na forma de representar a imagem da feminilidade brasileira como sensual e sedutora, bem como as modificações corporais que constituem o corpo

venusto⁹ na contemporaneidade. Por fim, apresentamos nossas considerações finais a respeito da análise empreendida.

⁹ Adjetivo que expressa uma beleza e elegância excessivas.

2 UMA IMAGEM DE MEMÓRIA, TEMPO E DESEJO

Neste capítulo, abordamos a Ninfa como personagem teórica. Para investigá-la, explanamos os seguintes conceitos, desenvolvidos por Aby Warburg e que inspiraram Georges Didi-Huberman na elaboração de um pensamento por imagem: *Nachleben* (sobrevivência), *Pathosformeln* (fórmula de *páthos*). Utilizamos, ainda, o conceito de imagem dialética, trabalhado por Didi-Huberman, que possibilita analisar a imagem da Ninfa como uma figura paradoxal, uma personagem que é contraditória ao reaparecer em infinitas encarnações.

2.1 Entre Ninfas e alguns estudos sobre a revista Playboy

A Ninfa, objeto de investigação de Warburg, também foi estudada por muitos outros historiadores de arte, filósofos e literatos interessados em seu caráter erótico e sedutor. Para essa pesquisa utilizamos três livros¹⁰ de Didi-Huberman nos quais a figura da Ninfa é discutida e que nos possibilitam compreendê-la como figura teórica. Em *Venus rajada* (2005), *Ao passo ligeiro da serva (Saber das imagens, saber excêntrico)* (2011) e *Ninfa moderna* (2016b), Didi-Huberman propõe abrir, no sentido de rasgar, a imagem da Ninfa, a fim de inquirir seus deslocamentos, suas aparições e seu poder de fascinação. Na esteira dessa concepção, encontramos outros trabalhos que procuram investigar a figura da Ninfa, seus movimentos e suas possíveis encarnações. Dialogando com o pensamento de Warburg e Didi-Huberman, Giorgio Agamben, Daniela Queiroz Campos e Bogdana Paskaleva são alguns autores utilizados nessa pesquisa por também se debruçarem sobre a Ninfa, discutindo-a como conceito teórico, imagem sobrevivente e objeto de desejo.

Ainda como fonte teórica, lançamos mão de pesquisas que abordam a revista Playboy nos Estados Unidos e no Brasil. Além do levantamento imagético, tomar a Playboy como objeto de estudo viabiliza também discutir sua história como produtora de subjetividades. Para tanto, abordamos autores que discorrem sobre a revista e sua influência na sociedade ocidental, como Paul B. Preciado, Gail Dines e

¹⁰ Embora Didi-Huberman tenha outros títulos dedicados à Ninfa, devido à pandemia de Covid-19 e a indisponibilidade das obras em *e-book*, não foi possível acessar os demais livros do autor.

Verônica Giordano, entre outros. O filósofo espanhol Preciado, em *Pornotopía* (2010), discorre sobre a Playboy a partir da historicização dos estudos de gênero, da pornografia, da sexualidade e da arquitetura. Para Preciado (2010, p. 11, tradução nossa), “Playboy acabou sendo um laboratório crítico para explorar o surgimento de um novo discurso sobre gênero, sexualidade, pornografia, domesticidade e espaço público durante a Guerra Fria”. A socióloga inglesa Gail Dines, devotada aos estudos feministas, discute em *Pornland: How Porn Has Hijacked Our Sexuality* (2010), especialmente no capítulo dedicado às revistas eróticas e pornográficas norte-americanas, a criação da Playboy e seu impacto na sociedade estadunidense. De forma semelhante aos estudos de Preciado e Dines, a socióloga argentina Verônica Giordano realizou um estudo sobre a Playboy e seu surgimento no Brasil, apontando a articulação entre a revista e questões sociais e políticas.

Desses estudos, é possível depreender que, por meio do estilo de vida do homem solteiro e mulherengo defendido pela Playboy, a masculinidade do homem heterossexual, branco e de classe média foi reconfigurada para o homem cidadão que constrói seu lar sozinho, sem contrair matrimônio, e que investe no consumo de bens luxuosos e modernos a fim de se tornar um homem jovial e sedutor, conquistando, assim, as mulheres. A partir do debate promovido em torno da Playboy, torna-se possível também discutir a respeito da forja visual do corpo feminino, da feminilidade e da sensualidade das mulheres.

Ao buscarmos a sobrevivência da Ninfa nas capas da Playboy, apresentamos essa revista como o conjunto empírico da pesquisa. A fim de investigar a Ninfa como aporte possível para a construção da sensualidade feminina brasileira, exploramos as 18 capas selecionadas com base nas pesquisas de antropólogos e sociólogos como Mirian Goldenberg, Alexandre Werneck, Margo DeMello, entre outros, articulando-os aos estudos a respeito da imagem da Ninfa. Para compreendermos como a Ninfa pode ser encontrada nas mulheres das capas, abordamos suas histórias, visto que a seleção dessas mulheres, sobretudo no Brasil, não era fortuita. A escolha da mulher para estampar a capa estava diretamente alinhada aos objetivos da revista.

2.2 A Ninfa como personagem teórico

De acordo com o *Dicionário da Mitologia Grega e Romana* de Pierre Grimal (2005), as Ninfas são “jovens mulheres” da natureza, que habitam os bosques, os campos e as águas. Sua conduta é considerada ambígua, afinal, as Ninfas “são consideradas como divindades secundárias, a quem se dirigem orações e que podem ser temíveis” (GRIMAL, 2005, p. 331). Filhas de deuses, muitas vezes também podem ser amantes de heróis, manifestando-se, frequentemente, em mitos sobre o amor. Contudo, Grimal destaca que, ocasionalmente, as Ninfas podem se apaixonar e raptar os jovens.

Aby Warburg observou que as Ninfas apareciam em representações imagéticas por meio de xilogravuras, medalhões, desenhos e relevos da Antiguidade Clássica e do Renascimento. Ao se deparar com a figura feminina presente no afresco renascentista de Domenico Ghirlandaio, *O nascimento de São João Batista*, encontrado na igreja italiana de Santa Maria Novella, em Florença, Warburg percebeu a permanência estética da Antiguidade Clássica nas pinturas renascentistas, mediante seus drapeados esvoaçantes. O historiador da arte defendia a hipótese de que as figuras femininas presentes nas pinturas florentinas tinham os mesmos gestos e movimentos presentes na literatura da Antiguidade Clássica, sobretudo em autores como Ovídio, Apuleio, Virgílio e Lucrécio (TEIXEIRA, 2010). A Ninfa seria, então, a figura feminina em movimento, com vestes e cabelos aos ventos, de passo leve e dançante.

Em sua tese de doutorado, *O Nascimento de Vênus e a Primavera de Sandro Botticelli* (2015), Warburg já havia dedicado atenção à preservação estética do movimento nas pinturas, sobretudo nas obras de Botticelli. Segundo a professora de História da Arte Daniela Queiroz Campos (2016, p. 474),

diante das telas mitológicas de Botticelli, Aby Warburg ateu-se especialmente ao movimento, o que Georges Didi-Huberman considera uma ‘interpretação inaugural’ já que Warburg foi o primeiro historiador de arte a investigar os elementos externos das obras.

Ao desmontar as imagens das duas obras de Botticelli, Warburg observou as semelhanças presentes entre as figuras femininas nas pinturas e no poema *Giostra*, do florentino Angelo Poliziano (1454-1494). Segundo ele, o referido poema teria

orientado, por exemplo, a feitura da tela *O nascimento de Vênus*, pois a pintura de Botticelli “destoa dos hinos homéricos do mesmo modo que o poeta” (WARBURG, 2015, n. p.). Ao compreender que a representação do movimento dos cabelos e das roupas na obra do pintor italiano era indício da influência da Antiguidade e que tal movimento era recomendado por Leon Battista Alberti (1404-1472) em seu livro *Da pintura* (1435), Warburg evidencia que artistas como Agostino di Duccio (1418-1481) e Donatello¹¹ (1386-1466) utilizaram imagens de vasos e sarcófagos romanos como inspiração para representar a figura feminina em movimento. Dessa forma, é provável que os artistas tenham seguido a sugestão de Alberti ao desenhar suas personagens com movimentos em seus cabelos e vestes.

A partir de uma série de informações coletadas em arquivos florentinos, Warburg reúne fontes escritas e imagéticas para constatar a continuidade do movimento ondulatório nas figuras femininas no período do Renascimento (MARCELINO, 2016). Mediante suas investigações, Warburg, ao perceber que a estética da Antiguidade ainda se manifestava no Renascimento, desenvolveu conceitos operatórios para a questão do retorno de “certos motivos característicos da arte e literatura pagãs” (TEIXEIRA, 2010, p. 136), denominando-os de *Nachleben* e *Pathosformel* (ou fórmula de *páthos*). Esses dois conceitos nos interessam por pensar a construção corpórea da Ninfa e sua sobrevivência na imagem. Ao estudarmos a sobrevivência corpórea da Ninfa nessas capas, destacamos a *Nachleben* e a fórmula de *páthos* como problemas centrais da imagem, ambos adensados em torno da noção de Ninfa.

A *Nachleben* constitui a imagem da Ninfa, personagem feminina em movimento, que resiste ao tempo e insiste em um eterno retorno. Didi-Huberman (2013) a considera como heroína impessoal da *Nachleben* e a própria personificação da sobrevivência. A *Pathosformel*, ou o constante ressurgimento de certas formas e expressões, possibilita a busca pela sobrevivência da Ninfa, suas aparições e encarnações nas capas da revista *Playboy*, já que a “imagem, por mais contemporânea que seja, está permeada de memórias, e quiçá de obsessões pelo passado” (CAMPOS; FLORES, 2018, p. 257).

¹¹ Codinome do escultor renascentista italiano Donato di Niccoló di Betto Bardi.

A partir do detalhe dos elementos em movimento detectados na arte florentina, Warburg encontrou a sobrevivência da Antiguidade nas obras do Renascimento italiano. Essa sobrevivência está relacionada a antigos gestos que se animam pelo movimento, ou seja, gestos intensos pensados por Warburg como *Pathosformel*. Segundo Didi-Huberman (2013, p. 219), essa ideia

elaborada, em grande parte, para dar conta dessa intensidade coreográfica que atravessa toda a pintura do Renascimento e que, em matéria de graça feminina – de venustidade –, foi resumida por Warburg, além de sua denominação conceitual, numa espécie de personificação transversal e mítica: a Ninfa.

A Ninfa, para Warburg, é “como uma fórmula de *páthos*, uma corporificação feminina de memória psíquica sobrevivente, uma memória do gesto intensificado pelo movimento” (MARCELINO, 2016, p. 25) observado por Warburg nas vestes e nos cabelos em figuras femininas – características distinguíveis da Ninfa, a personagem fluída que atravessa as temporalidades e retorna em diversas representações. Diante disso, podemos dizer que a Ninfa é tanto *Nachleben* quanto *Pathosformel*, pois, ao percorrer tempos e espaços, regressa de infinitas formas.

Importante salientar as dissimilaridades entre os conceitos *Nachleben* e *Pathosformel*, pois enquanto a *Nachleben* é compreendida como o pós-vida das imagens antigas, ou seja, a sobrevivência de elementos culturais presentes na arte e na literatura antiga na imagem, a *Pathosformel* está relacionada a gestos expressivos de grande intensidade. Contudo, Leão Serva e Norval Baitello Júnior (2018), ressaltam que no *Pathosformel* é possível encontrar a sobrevivência, “enquanto, contrariamente, outros elementos que podem ser definidos como *Nachleben* não são necessariamente *Pathosformel*” (SERVA; BAITELLO JÚNIOR, 2018, p. 89).¹²

Didi-Huberman (2013, p. 296) reconhece que a Ninfa, ao reaparecer em diferentes temporalidades e em uma infinidade de personagens possíveis, trata-se do fio condutor para as questões da *Nachleben* e da *Pathosformel*, conciliando, portanto, duas temporalidades contrastantes ao adensar a “estatuária helenística e

¹² Os autores destacam que a *Nachleben* não é apenas a sobrevivência de um gesto, mas também de elementos culturais antigos em manifestações do presente, a exemplo de superstições, histórias infantis, expressões linguísticas, entre outros. Dessa maneira a *Nachleben* não está apenas associada ao *Pathosformel*.

moderna pelas relações diretas mantidas com a relação estética do final do século”. Ada Naval Garcia (2021), em ensaio para a revista italiana *Engramma* que versa sobre a *Pathosformel* da Ninfa, afirma que, para Didi-Huberman, a Ninfa é uma personagem muito além de um motivo iconográfico: é um personagem teórico que sustenta em si uma lição de método, permitindo buscar a sobrevivência do *Pathosformel*.

Tal como Warburg, Didi-Huberman buscou a sobrevivência da Ninfa em diversos lugares, já que “a Ninfa de Didi-Huberman é a Ninfa de Warburg por excelência” (CAMPOS, 2020, p. 106). Em *Ninfa moderna* (2016b), o autor francês aborda a queda da Ninfa e o desprender do drapeado, como se tivesse se emancipado de seu corpo, “como se o drapeado da ninfa tombasse, caísse por terra, sozinho, ao relento” (DIDI-HUBERMAN, 2016b, p. 16). Didi-Huberman a encontrou em locais nada óbvios, em imagens nada evidentes, como em trapos espalhados pelas ruas. Ainda assim, a Ninfa conecta os dois historiadores de arte por meio do movimento. Segundo Campos (2014, p. 191)

A divindade menor de ambas tem os mesmo movimentar de tecido, os mesmos plissados, os mesmos drapeados. Didi-Huberman diz ter pensado em outra versão da ninfa moderna, em outra extensão possível. Estes dois homens pensaram a história da arte como um saber poético, inverificável, repleto de montagens. A heroína do *Nachleben* perambulou pelos trabalhos destes dois homens de forma a montar e a desmontar elos nunca fixos.

A partir de Warburg, percebemos a Ninfa como personagem atemporal que abrange uma linguagem dos gestos e, ainda que ela exista como personagem mitológico anterior às pesquisas de Warburg, é fato que foi ele quem pensou a Ninfa como objeto de pesquisa científica (PASKALEVA, 2016; DIDI-HUBERMAN, 2013). Ao analisar as imagens, a metodologia de Warburg propõe substituir o modelo positivista e evolucionista da história da arte por um modelo híbrido e complexo. “Este novo tipo de metodologia visa reconsiderar as principais tarefas da crítica de arte, desvinculando-a da prática de meros julgamentos estéticos e deslocando-a para o caráter histórico de certos dispositivos de expressão visual” (PASKALEVA, 2016, p. 50, tradução nossa). Assim, para o pensador alemão, a estética e os gestos sobrevivem nas formas corporais, cujas representações vão da Antiguidade Clássica à modernidade. Por conter em si a *Nachleben* e a *Pathosformel*, Didi-Huberman

(2013, p. 220) considera a Ninfa uma “heroína do encontro movente/comovente”. A gestualidade sobrevivente da Ninfa permite a ela ser uma figura “contemporânea e antiga, [que] jamais cessa de vir de longe. Ela é encontrada e reencontrada em mármores romanos, telas renascentistas, fotografias modernas e montagens cinematográficas. Sempre fluente, inacessível, volátil” (CAMPOS, 2016, p. 477).

As Ninfas, formas femininas em movimento, preenchidas de beleza e fascínio, são encantadoras assombrações. Um ser que não é vivo, mas é imortal, que não é humano, mas não é animal, exerce um sobrevivente poder de sedução. A manifestação de sua sedução se dá por sua *Pathosformel*, o que Didi-Huberman (2013, p. 167) considera como “formas corporais do tempo sobrevivente”. A *Pathosformel* da Ninfa está concentrada em seus gestos dançantes, suas vestes drapeadas e seus cabelos ao vento – oriundos do que Warburg chamou de “brisa imaginária”. A brisa intensifica os gestos e os movimentos da Ninfa, que conferem um efeito de sensualidade ao seu corpo e sobrevivem nas imagens da figura em movimento: “A brisa imaginária movimentou as onduladas e loiras madeixas da nua Vênus de Botticelli, fora a mesma que drapeou o vestido da escrava tártara no exílio de Ghirlandaio, vento que faz tremer, movimentar o que toca” (CAMPOS, 2016, p. 475).

As figuras femininas em movimento contêm em si os conceitos fundamentais do pensamento de Warburg, como fórmula de *páthos* e imagem sobrevivente. A Ninfa é uma personagem sedutora, uma figura feminina em movimento que se apresenta em diferentes personagens, como as mulheres nas capas da revista Playboy. Sua construção corpórea atravessa o tempo. Nas pinturas, Warburg a encontrou em gravuras como *Figura feminina em movimento* (início do século XVI), de Giuliano da Sangallo, na figura feminina carregando água na obra *O incêndio do Borgo* (1514), de Rafael Sanzio, e na gravura em cobre *Mulher carregando um vaso na cabeça* (1528), de Agostino Veneziano. Também a percebeu em mulheres cujas fotografias estão no Atlas Mnemosyne, como na prancha 46 intitulada *Camponesa em Settignano*, obtida pelo próprio Warburg, e na prancha 77 com a fotografia da campeã de golfe Erica Sell-Schopp. Em todas essas imagens, Warburg percebeu a sobrevivência dos gestos, a graça e a feminilidade sedutora através de movimentos delicados, das roupas drapeadas e da brisa que dá mobilidade à imagem.

As figuras femininas de vestes agitadas são, assim, objeto de estudo e obsessão para Warburg, que compreendeu a figura da Ninfa como memória e desejo presentes numa mesma aparição (CAMPOS, 2014). A Ninfa pode ser encontrada não só nos escritos de Warburg, mas, também, visualmente, em seu *Bilderatlas Mnemosyne* (Atlas Mnemosyne), publicação na qual as noções de *Pathosformel* e *Nachleben* são apresentadas por intermédio da Ninfa que, embora não seja o tema principal do Atlas, aparece em quase todos os painéis. As fórmulas expressivas e a continuidade de gestos e movimentos manifestadas nas imagens do Atlas evidenciam-no como uma “ferramenta destinada a manter as intricações e, portanto, a *fazer perceber as sobredeterminações* em ação na história das imagens: permitia comparar com uma só olhadela, numa mesma prancha, não duas, porém, vinte ou trinta imagens” (DIDI-HUBERMAN, 2013, p. 387).

Warburg buscou a sobrevivência da Ninfa em uma temporalidade anacrônica. A *Pathosformel* das figuras femininas em movimento causa um conflito no tempo, uma vez que a forma sobrevivente antiga e atemporal reaparece em um tempo que não é o seu, como, por exemplo, a Ninfa detectada por Warburg no afresco de Ghirlandaio (Figura 2).

Figura 2 – O Nascimento de São João Batista – Domenico Ghirlandaio (1486-1490)



Fonte: Warburg – Banco comparativo de imagens¹³

¹³ Disponível em: <http://warburg.chaa-unicamp.com.br/obras/view/10922>. Acesso em: 22 fev. 2022.

Na Figura 2, a Ninfa irrompe a cena com suas vestes drapeadas, cabelos ao vento e um andar quase dançante, que a diferenciam das demais figuras femininas. O vestido da serva se parece com uma indumentária romana e não com os vestidos das demais figuras, cujos trajes são compostos de brocados e sedas. A respeito de seu anacronismo, Didi-Huberman (2011) considera que a personagem feminina de Ghirlandaio vem de outro lugar, de outro tempo, uma figura de outrora, que não pertence ao âmbito florentino ou ao círculo religioso:

Modos de nomear a extraterritorialidade, o carácter “excêntrico” e perturbador, em suma o carácter *crítico* da *Ninfa*. Por que é que esta figura atravessa não apenas a produção figurativa do Renascimento, mas ainda a totalidade da obra de Aby Warburg? Por que ela cristaliza – ao ponto de a alegorizar – uma boa parte das suas opções teóricas, dos seus objetos de interpretação e dos seus modelos de historicidade. (DIDI-HUBERMAN, 2011, p. 23)

A sobrevivência da Ninfa desorienta o tempo, não obedece a nenhuma cronologia. Por isso, é anacrônica. Tal condição da Ninfa nos leva a outro conceito: a dialética. Seu aparecimento e ressurgimento em diferentes períodos faz com que sua construção corpórea nunca seja igual. Sua fórmula sobrevivente ressurgue em outras figuras, oscila entre polaridades, e é carregada de tensão por não ter definição, por não se conter em uma única personagem. A Ninfa foi avistada por Warburg em diversas figuras, em inúmeras obras; para ele a Ninfa ora era

Salomé, tal como se aproximava com seu encanto mortífero e dançava diante do lascivo tetraca, ora era Judite que, ufana e triunfante, com o passo prazenteiro, traz para a cidade a cabeça do general assassinado; depois, parecia ter-se ocultado sob a graça juvenil do minúsculo Tobias ao marchar, com coragem e jovialidade, ao encontro da sua fantasmal e fatídica noiva. De vez em quando, vi-a num serafim que, em adoração a Deus, chega voando, em seguida, de novo em Gabriel, no modo como anuncia a boa-vinda. Vi-a como dama de honor no *Desposório* em inocente alegria, encontrei-a como mãe fugindo, com medo de morte estampando no rosto, na *Matança dos Inocentes*. (WARBURG, 2012, p. 4)

Ao pensarmos nas imagens como dialéticas e anacrônicas, nos deparamos com a possibilidade de localizar a Ninfa em diferentes lugares e tempos. Conforme Campos (2017c, p. 36), “Georges Didi-Huberman percebe a Ninfa, tal qual Aby Warburg, como uma fórmula de intensidade capaz de fazer visível numa imagem o

movimento da vida. Como não poderia ser diferente, perpassou intensa e extensamente pelas Ninfas propostas por Warburg”.

A imagem sobrevivente é o encontro do outrora com o presente. A *Pathosformel* sobrevivente da Ninfa é como um fantasma potente o suficiente para deixar seus rastros onde encarna. A Ninfa “se remodela, se redefine, se transforma, se esconde. Desde a Antiguidade, vem ensaiando uma diversidade de posições, posturas, cenas” (CAMPOS, 2014, p. 176). Pensar a Ninfa como uma imagem dialética viabiliza encontrar sua sobrevivência em outras personagens, outras figuras femininas, como as mulheres nas capas da Playboy.

2.3 A Ninfa como figura dialética

As inquietantes e belas Ninfas atravessam o tempo, sobrevivendo em outras imagens; uma personagem feminina que não é nova, retornando costumeiramente de outra maneira, em outras configurações, em outras encarnações, em outros lugares, em outros contextos. É quase inevitável não procurar pela Ninfa quando você a conhece, pois ela “jamais cessará [...] de reaparecer e tornar a passar, aqui e ali, fascinante como a memória, como o desejo, como o próprio tempo” (DIDI-HUBERMAN, 2016b, p. 46). Pesquisar como a figura da Ninfa pode ser considerada uma fonte inspiradora na construção visual da sensualidade feminina exige analisar a imagem em um território anacrônico, por onde ela sempre caminha (CAMPOS, 2017c). Para Didi-Huberman (2016b), o que importa na busca pela Ninfa não é saber quando ela chegou, mas, sim, sua capacidade de se transformar. A Ninfa, imagem sobrevivente por excelência, consiste em múltiplas metamorfoses: uma figura feminina sem definição que, ao não se conter em uma única identidade, escapa às tentativas de definição.

Para Warburg, a Ninfa é uma figura que se transforma e se multiplica. Investigar seus possíveis percursos requer compreender as imagens sob o prisma da sobrevivência, da imagem carregada de lembrança e memória e seus possíveis movimentos e deslocamentos (GARCIA, 2021). Ao estudar as imagens na história da arte, Warburg substituiu, nos dizeres de Didi-Huberman (2013, p. 25), o modelo

ideal das “renascenças”, das “boas imitações” e das “serenas belezas” antigas por um modelo fantasmal da história, no qual os tempos já não se calcavam na transmissão acadêmica dos saberes, mas se exprimiam por obsessões, “sobrevivências”, remanescências, reaparições das formas. Campos (2017b), ao analisar as *pin-ups* como possíveis encarnações da Ninfa, explana que a sobrevivência possui força anacrônica e dialética, que possibilita às imagens atravessarem o tempo, reconfigurando-se. O belo e sedutor corpo feminino que dá forma à imagem da Ninfa é um corpo duplo, que incorpora o belo e o traumático, a beleza e a morte:

A bela imagem feminina parece estar interpenetrada pela culpa, pela dor, pelo traumático. Fora a mulher e sua beleza, a geradora, a culpada pelo mal disseminado no mundo. Nossa primeira mãe não deixa de ser uma destas mulheres. Eva, a bela Eva, que seduziu Adão e nos expulsou do paraíso edênico. A linda e dançante Salomé, que encantou Herodias e exibiu a cabeça decapitada de São João Batista. A Vênus, que oferece Helena a Paris e desencadeou a Grande Guerra de Tróia. (CAMPOS, 2017b, p. 2).

A imagem sobrevivente da Ninfa caminha dialeticamente quando a encarnação da personagem oscila entre diferentes figuras como uma mulher graciosa, a exemplo da Ninfa na obra de Ghirlandaio, ou na violenta Judite que decapta Holofernes. A Ninfa como imagem dialética é paradoxal, o que torna sua definição complexa. Dessa forma, Campos (2017b), ao perceber as imagens das *pin-ups* como uma sobrevivência das Ninfas, observa que essa mesma sobrevivência é dialética, visto que as *pin-ups* estão em tensão entre a guerra e a paz, o lembrar e o esquecer, o corpo em construção e desconstrução. Maura Voltarelli Roque (2018, p. 207) ao abordar a imagem dialética da Ninfa na poesia, considera que

seja pela complexa relação temporal que atravessa a imagem da Ninfa – ao mesmo tempo uma escrava libertada e uma deusa pagã no exílio, como escreveu Warburg, ou seja, ao mesmo tempo uma figura ligada aos costumes da época na qual ela irrompe e às formas da antiguidade que nela novamente afloram e se deixam reconhecer – seja pela ambiguidade que a define, fazendo com que essa imagem seja, a um só tempo, vida e morte, delicadeza e violência, aparição e desaparecimento, forma e pathos, serenidade e desejo, ela se mostra como uma imagem dialética, tensionada, instável, fugitiva e aberta.

A Ninfa, embora ambígua, possui o desejo como característica relacionada à sua imagem. As conotações eróticas que descrevem a Ninfa não deixam de fazer parte de sua *Pathosformel*, mesmo que encarnadas em personagens como a decapitadora Judite. Para Didi-Huberman (2013, p. 221) “a Ninfa, compreende-se, fornece a articulação possível entre a ‘causa externa’ – a atmosfera, o vento – e a ‘causa interna’, que é fundamentalmente, desejo”. Assim, para compreendermos como as mulheres nas capas da Playboy são possíveis encarnações de Ninfa, se faz necessário entender como sua *Pathosformel* é carregada de desejo.

2.4 Ninfa: uma imagem que desperta o desejo

Autores como Giorgio Agamben, Bogdana Paskaleva, Alessandra Pedersoli e Kurt Walter Forster identificam na personagem teórica da Ninfa uma outra particularidade: o desejo. Para o historiador da arquitetura suíço, Kurt Walter Forster, ela é a “personificação perfeita de um desejo erótico” (FORSTER, 2002, p. 16, tradução nossa); Alessandra Pedersoli (2008, n. p.) a percebe como um “ser sedutor por excelência”; Giorgio Agamben (2012) refere-se, por sua vez, à obra *Comedia delle ninfe fiorentine* (1341), do poeta italiano Giovanni Boccaccio, como sendo a responsável por relacionar a figura da Ninfa ao amor. Para Agamben, a Ninfa é a personificação do objeto de desejo. Ele concorda com a ideia de Paracelso, médico e cientista suíço do século XVI, que vinculava essa figura feminina à paixão amorosa e ao reino de Vênus. Agamben (2012) aponta ainda que Paracelso acreditava na existência de “documentos” que afirmavam que as Ninfas não só aparecem para os homens, mas também se relacionam sexualmente com eles. Campos e Flores (2018) destacam que, no período medieval, as imagens de Vênus foram acusadas de despertar pensamentos e ações adúlteras e, na Antiguidade, a estátua de Vênus de Cnido, por exemplo, teria sido roubada por um jovem que copulou com ela.

Para Paskaleva (2016), Warburg não associou diretamente a Ninfa com uma imagem de desejo, e isso não parece ser uma característica constitutiva da *Pathosformel*. A autora explica que o que sugere a Ninfa como criatura sedutora são as descrições feitas por Warburg nas correspondências trocadas com seu amigo linguista e historiador da arte neerlandês André Jolles. Na perspectiva de Paskaleva

(2016), nos relatos de Warburg percebemos “porque exatamente este *Pathosformel* deve se tornar investido de desejo e, ao mesmo tempo, uma representação do próprio desejo” (p. 52, tradução nossa). Em *Ninfa fiorentina*, de Warburg (2012), encontramos sua admiração pela Ninfa em seus relatos para Jolles. Para Warburg, a Ninfa era uma personagem fluída, a forma feminina em movimento adensado de desejo e fascinação. A figura feminina avistada por ele na obra de Ghirlandaio lhe causou grande inquietação e fascinação, conforme descreve:

Que aconteceu? *Cherchez la Femme*, meu caro. Está em causa uma dama que, de forma insensível, tormentosa, se mostra coquete comigo. Iniciei um galanteio espiritual e tornei-me sua vítima. Persigo-a ou é ela quem me persegue a mim? Em boa verdade, já não sei! Mas deixe que te conte, passo a passo, a história da minha paixão. (WARBURG, 2012. p. 2)

A atração de Warburg pela Ninfa nos leva a identificar seu poder de sedução e perturbação. Ao longo de sua carta, Warburg a descreve como “figura fantástica” e declara seus sentimentos de veneração, a partir da obra de Ghirlandaio, à imagem.

Talvez eu a faça mais poética do que realmente é – que enamorado não faz isso? – mas, no primeiro instante que a vi, tive o sentimento particular que, por vezes, nos acomete na contemplação de uma sombria paisagem de montanha, na leitura de um grande poeta ou ainda quando estamos apaixonados: o sentimento de “onde é que eu já também te vi”. É como se um conhecimento antigo nos prendesse, algo (não te rias!) de místico, como se de repente reconhecêssemos um amigo fiel ou um lugar amado de uma existência anterior [...]. Caro amigo, em boa verdade, só nos apaixonamos uma vez [...]. E foi assim, pois, que em muito do que amara na arte descobri algo da minha Ninfa actual. (WARBURG, 2012, p. 3)

Diante da possível relação entre Ninfa e desejo, Paskaleva (2016, p. 55, tradução nossa) questiona: “por que é a partir do momento em que ela se torna um objeto de desejo, a mulher comum se torna uma Ninfa?”. Tal inquirição também pode ser esclarecida a partir de Sigmund Freud em seu ensaio *Delírios e sonhos na Gradiva de Jensen* (1996). Nele, o jovem arqueólogo Norbert Hanold apaixonou-se por uma figura em baixo-relevo, descoberta em Roma, que representava uma jovem grega de andar sedutor, a quem ele chamou de Gradiva – aquela que avança (Figura 3).

Figura 3 – Baixo-relevo Gradiva



Fonte: Mvsei Vaticani

A Gradiva se tornou, para Norbert, um aporte para a criação de uma mulher imaginária com quem ele se encontrava, dialogava, passando, inclusive, a ter sentimentos sobre ela. A jovem mulher representada no baixo-relevo encantou Norbert, conforme afirma Freud:

A escultura representava uma jovem adulta, cujas vestes esvoaçantes revelavam os pés calçados com leves sandálias, surpreendida ao caminhar. Um dos pés repousava no solo, enquanto o outro, já flexionado para o próximo passo, apoiava-se somente na ponta dos dedos, estando a planta e o calcanhar perpendiculares ao solo. Provavelmente foi esse modo de andar incomum e particularmente gracioso que atraiu a atenção do escultor e que, tantos séculos depois, seduziu seu admirador arqueólogo (FREUD, 1996, n. p.).

Com o desenrolar da história, percebemos que Gradiva é, na verdade, Zoe Bertgang, amiga de infância e vizinha de Hanold, que estava em estado de delírio e não reconhecia Zoe. O arqueólogo acreditava que estava conversando com a imagem de Gradiva, quando na verdade seus diálogos eram com Zoe, por quem nutria sentimentos desde a juventude, os quais foram reprimidos. Dessa forma, podemos observar que o baixo-relevo despertou em Hanold o desejo inconsciente que ele nutria por Zoe:

Hanold persegue a imagem de Gradiva como se persegue o fantasma que surgiu de suas próprias fixações, e o conto é apenas a parábola dessa busca, em que o desejo pelo que está morto (o baixo-relevo representando Gradiva) – um passado agora enterrado que, no entanto, ele não pretende se deixar ser enterrado para sempre – ele cede ao desejo pelo que é vivo (Zoe, amada em carne e osso). (KIRCHMAYR, 2017, n. p. tradução nossa)

A filósofa e pesquisadora italiana Daniela Sacco, em *Ninfa e Gradiva: dalla percezione individuale alla memoria storica sovraperpersonale* (2016), compara a carta de Warburg a Jolles com o conto da Gradiva e expõe que existem muitas semelhanças entre as duas personagens. Elas podem se relacionar com o movimento de suas vestes, as origens gregas da figura, o aspecto fantasmagórico da imagem, que é real e, ao mesmo tempo, causa alucinação em Warburg, Jolles e no personagem Hanold (SACCO, 2016). Para a autora, além da semelhança das figuras devido a seu aspecto, as duas imagens despertam o mesmo efeito nos homens: fascínio. O desejo provocado pela imagem da Ninfa e da Gradiva causa inquietação e um efeito fantasioso, como se a Ninfa-Gradiva fizesse parte de um sonho. Assim, Sacco (2016, p. 58, tradução nossa) considera que “o desejo tem sua encarnação na Ninfa; a Ninfa é uma figura do desejo de beleza, como na tradição clássica”.

Em *Venus rajada* (2005), Didi-Huberman, ao analisar a pintura *O Nascimento de Vênus* (1486), de Sandro Botticelli, considera a imagem de Vênus tanto celestial quanto vulgar. Segundo o autor, ao olhar para a imagem, não é possível separar a forma do desejo: “Vênus, um corpo de mulher em tamanho natural, um *striptease* convertido em um quadro, um chamado ‘afrodisíaco’, da empatia ao desejo tátil? Absolutamente” (DIDI-HUBERMAN, 2005, p. 27, tradução nossa). Na iconologia clássica e na mitologia há dois tipos de Vênus: a *Vulgaris* (ou *Naturalis*) e a *Celestis* (ou *Ideal*). Tal divisão é fruto do pensamento de Platão que, em uma passagem de *O banquete*, diferencia a deusa do amor com pretexto moral e filosófico: enquanto Vênus Urânia era relacionada ao amor celestial, a Vênus Pandêmia representava o amor carnal (MORENO, 2020). Para Didi-Huberman, os artistas do *Quattrocento* utilizavam esse pensamento como referência. O autor não tem dúvidas de que “no horizonte ideológico de um pintor humanista como Botticelli havia duas Vênus,

chamadas respectivamente de *Vênus Celestis*, a celeste, e *Vênus Naturalis*, a vulgar” (DIDI-HUBERMAN, 2005, p. 20, tradução nossa).

Ao contestar a análise do historiador de arte Kenneth Clark, que compreende a *Vênus* de Botticelli como a *Celestis*, Didi-Huberman (2005) propõe desnudarmos a *Vênus* ao desprender-se do pensamento neoplatônico, que divide a *Vênus* em *Celestis* e *Naturalis*, o qual influenciou a pintura no Renascimento e permitiu que os artistas pintassem o nu desprovido de erotismo. Ao abrir a nudez de *Vênus*, Didi-Huberman sugere que retiremos as ideias filosóficas, oriundas de Platão, que a vestem e nos impedem de olhá-la como imagem dialética, isto é, a *Vênus* que é Celeste e, ao mesmo tempo, Vulgar. Para o autor, a *Vênus* de Botticelli não se reduz a uma

nudez celestial e fechada, um nu despido de sua nudez, de seus (nossos) desejos, de seu (nosso) pudor. Despido, em suma, de sua (nossa) culpabilidade, essa espécie de tribunal que impõe fundamentalmente todo desejo. (DIDI-HUBERMAN, 2005, p. 24, tradução nossa)

Para Didi-Huberman (2013, p. 306), a Ninfa tinha o poder de fascinar e “hipnotizar” Warburg; “ele sabia, sem menor dúvida, que a própria tradição clássica havia atribuído às ninfas o poder de fazer perderem o uso da razão os mortais que as fitavam”. Em *Ninfa Moderna*, o autor relata que a Ninfa para Warburg foi uma paixão predominante e que, em seus estudos, ele “jamais cessará de a ver reaparecer e tornar a passar, aqui e ali, fascinante como a memória, como o desejo, como o próprio tempo” (DIDI-HUBERMAN, 2013, p. 46). Ao reunir em si a memória, o desejo e o tempo, a Ninfa “atravessa os objetos da história da arte warburguiana como um verdadeiro ‘organismo enigmático’” (DIDI-HUBERMAN, 2013, p. 46). A gestualidade da Ninfa, ao sobreviver ao tempo e reaparecer em outros lugares, em outras figuras, continua produzindo o mesmo efeito de fascinação que as imagens da Antiguidade Clássica ou do Renascimento. A imagem da Ninfa não morre, ela continua a existir em nossa memória, resistindo ao tempo com a mesma potência em nos seduzir. Ao abordar a sobrevivência, Didi-Huberman (2013) considera que as imagens possuem força excepcional que as permitem sobreviver e ressurgir em outros tempos e lugares.

Em suma, essa personagem com poder de perturbação relaciona-se ao desejo pelo seu próprio significado e por sua *Pathosformel*. Didi-Huberman (2011), ao versar sobre a corporeidade da Ninfa na obra “O Nascimento de São João Batista” (1486-1490), de Ghirlandaio, declara que “é quase indecente ver surgir, em tal contexto, um corpo tão sensual” (p. 22). A Ninfa, personagem ambígua, evoca o desejo através de sua corporeidade erótica que se materializa nos detalhes que lhe dão vida, como seus cabelos e suas vestes. Providas de uma beleza idílica, as Ninfas, embora de aparência sublime, são diabólicas ao exercer seu poder de perturbação e fascinação, provocar fantasias e alucinações. A criatura fluída é a *femme fatale*, a figura feminina atraente que seduz, e a nefasta – feita de desejo (ROQUE, 2019).

2.5 Ninfa: uma imagem para perseguir

Tal qual Warburg e Didi-Huberman, Campos também persegue a imagem da Ninfa. Em sua tese de doutorado, denominada *Entre o eucronismo e o anacronismo: percepções da imagem na coluna garotas do Alceu* (2014), a autora analisou, como Ninfas, as *pin-ups* ilustradas por Alceu Penna para a revista O Cruzeiro. Compreendendo a Ninfa como uma jovem bela e sedutora de corpo curvilíneo, Campos encontrou sua sobrevivência corpórea em imagens desse gênero ilustrativo, dado que as *pin-ups* “foram as musas da Segunda Guerra Mundial” (CAMPOS, 2014, p. 193). A historiadora de arte, ao se deparar com as imagens ilustradas por Alceu, percebeu que as garotas da coluna se apresentavam em inúmeras encarnações: sereias, Chapeuzinho Vermelho e personagens bíblicas como Eva e Salomé:

Estas Evas, estas Helenas, estas muitas personagens atravessaram algumas colunas para nos lembrar de que elas se tratavam da mesma coisa, se tratavam do mesmo espírito elementar. Vestidas de Salomé ou despidas de Evas, as *pin-ups* eram movidas pelo mesmo desejo que moviam as ninfas. Ambas eram objetos da sedução amorosa. As Garotas do Alceu, as próprias *pin-ups*, eram uma das muitas encarnações possíveis dessa heroína impessoal que é a ninfa. (CAMPOS, 2014, p. 343)

Após iniciar sua busca pelas Ninfas, Campos não parou de persegui-las. Em seu artigo *O corpo feminino, o movimento e a fluidez: As Ninfas em Victor Meirelles e Pedro Américo* (CAMPOS, 2017c), ela encontrou-a em obras de arte como *Moema* e *Degolação de São João Batista*, ambas de Victor Meirelles, e *A carioca* e *Judite rende graças a Jeová*, de Pedro Américo.

Em *Moema*, a autora percebeu o corpo escultural, tal como o da Vênus de Botticelli, e o movimento que agita a água e a areia onde está o corpo da bela indígena. Este último elemento é, para Campos (2017c), a *Pathosformel* que se manifesta tanto na obra de Botticelli quanto na obra de Victor Meirelles. Já em *Degolação de São João Batista*, a autora afirma que a Salomé pintada por Meirelles, embora não tivesse a sensualidade e crueldade presentes em diversas obras que a representam, ainda pode ser considerada uma Ninfa por sua veste drapeada, pois, conforme a autora:

A Salomé de Meirelles vem de muito longe, ele parece apresentar-nos uma deusa grega no exílio, como apresenta-nos Ghirlandaio. Meirelles apresenta uma Salomé como imagem feminina da bela Ninfa envolta num drapeado e clássico vestido róseo (CAMPOS, 2017c, p. 52)

Em *A carioca*, de Pedro Américo, Campos expõe a complexidade de atributos que compõem o corpo da figura feminina, visto que, para ela, a personagem da obra se assemelha às Ninfas por suas múltiplas identidades. A figura feminina em *A carioca* apresenta um misto de sensualidade doce e diabólica, porém

uma Ninfa não é uma coisa ou outra, ela é tudo isso: mulher, anjo, demônio, náíade. Por tal motivo, a *Carioca* pode ser analisada como uma encarnação possível da Ninfa na pintura brasileira do século XIX (CAMPOS, 2017c, p. 47).

A crueldade que circunscreve as Ninfas também se apresenta na *Judite* de Pedro Américo que, para Campos (2017c), pode ser vista como Ninfa, assim como tantas outras Judites analisadas por Warburg. A beleza e a perversidade presentes em *Judite* são características que igualmente constituem a Ninfa. A partir desses elementos analisados, Campos encontra a sobrevivência da Ninfa nas figuras femininas dessas pinturas brasileiras do século XIX.

Já em *A Ninfa que paira sobre o Tibre: Imagens de Louise Vernet, de Paul Delaroche*, Campos (2021) analisa a personagem Louise Verernet a partir de três problemáticas: a relação entre a imagem, homem e sua dulcinéia; o gênero retrato pictórico, especialmente os retratos de Louise Vernet, enquanto imagem sobrevivente; e, por fim, o tema da morte e a conexão com a imagem como memória. Tais problemáticas possibilitaram à autora analisar a pintura a partir de três interpretações possíveis: uma moça cristã falecida; a esposa de Delaroche; e a Ninfa. Campos expõe que Delaroche, ao contrário de muitos homens que se apaixonaram por imagens, não se apaixonou pela imagem de sua mulher, mas retratou tão somente sua amada. Ademais, o pintor simbolizou sua esposa em diversas obras de sua autoria. Contudo, em *Jovem mártir* (1855), Campos considera que a imagem pode ser interpretada como uma encarnação da Ninfa:

Na tela *Jovem mártir*, vemos Louise Vernet morta sobre as águas, um ambiente líquido e fluido característico das Ninfas. As fluidas e movimentadas águas em encontro ao branco e drapeado vestido fazem menção à jovem como o retorno de algo muito antigo. (CAMPOS, 2021, p. 5)

A autora pondera que Vernet foi a Ninfa de Delaroche, aparecendo em inúmeras de suas obras, ora como anjo, ora como uma jovem da idade média e ora como uma mulher morta. Louise Vernet foi “uma espécie de modelo único de mulher sobre o qual o artista pautava uma espécie de ‘figura feminina ideal’” (CAMPOS, 2021, p. 10). Segundo ela, Louise Vernet trata-se de uma sobrevivente, em razão de o rosto da musa de Delaroche poder ser encontrado em muitas de suas obras espalhadas pelos museus da Europa, estando encarnada em diferentes personagens. Para além de apontar a sobrevivência da Ninfa em personagens femininas nas obras de arte, Campos também encontrou os gestos sobreviventes da heroína da *Nachleben* em imagens não tão evidentes. Assim como Didi-Huberman em *Ninfa Moderna* (2016b), Campos e Adriel Dalmolin Zortéa, em *A Ninfa nos azulejos de Adriana Verejão* (2021), problematizam a sobrevivência da Ninfa em obras nas quais não há o corpo humano representado. Campos e Zortéa dispuseram, lado a lado, as obras *The guest* (2004), *A malvada* (2009) e *O voyeur* (2006), de Adriana Verejão, com duas imagens clássicas do corpo feminino – quais

sejam, a *Banhista de Valpinçon* (1808), de Dominique Ingres (1780-1867), e, *O nascimento de Vênus* (1483), de Sandro Botticelli (1445-1510) –, objetivando realizar uma montagem para evidenciar a Ninfa nas obras de Varejão.

As obras, produzidas em óleo sobre tela e em grafite sobre papel, tem como tema principal os azulejos, em cujos elementos ali presentes, as autoras encontraram similitudes com as Ninfas como, por exemplo, a dureza fria tanto do corpo da Vênus, quanto do azulejo. Na obra *The guest*, Campos e Zortéa apontam que o modo como o sangue é pintado sobre o azulejo branco pode ser analisado como uma forma em movimento, assim as autoras consideram que tanto o movimento provocado pela mancha de sangue quanto o azulejo, com sua brancura e dureza, podem ser considerados elementos da figura da Ninfa:

a contraposição entre o sangue quente e vermelho que cobre o azulejo branco e frio; e, na própria forma ondulada da mancha sanguínea espalhada sobre o chão ascético, ou seja, o movimento do sangue (ZORTÉA; CAMPOS, 2021, p. 279).

A forma em movimento também pode ser indicada na obra *A malvada*, porque para as autoras, os cabelos no chão dos azulejos denotam a Ninfa por sua mobilidade, sua forma sinuosa, que dá pujança e vida à imagem. Em *The voyeur*, Campos e Zortéa analisam a imagem pintada com óleo sobre tela que apresenta uma espécie de piscina. Em formato de espiral, a piscina ganha profundidade. Seus azulejos não são brancos como em *The guest*, mas ainda podem se conectar à dureza da carne de Vênus. Outros elementos fazem com que as autoras apontem a evocação da Ninfa na pintura, pois a corporeidade feminina pode ser indicada pela forma espiralada do azulejo. Isso porque, conforme a piscina fica mais estreita, pode-se sugerir a imagem de uma vulva ou de um ânus, conforme explicitam:

Ao contrário de *A banhista de Valpinçon*, cujo corpo está de costas, e de *O nascimento de Vênus*, cujo cabelo cobre a vulva, as partes íntimas do corpo são dadas a ver aqui. Dureza, enrijecimento, mineral talhado a ponto de aceder pelo cinzel a forma da carne humana, como na imagem anterior [...]. A imagem apresenta uma forma humana dissimulada sobre a água e sobre o azulejo, pois pode-se observar parte de um corpo humano na obra. (ZORTÉA; CAMPOS, 2021, p. 287).

A partir desse ponto de vista, as autoras argumentam que o elemento erótico também pode ser apontado como uma sobrevivência da Ninfa, posto que ela é uma personagem erótica. O último elemento indicado por elas como invocação da Ninfa é a água, associada às Ninfas, que está presente nas obras de Ingres e Botticelli.

Ao perseguir Ninfas, a historiadora da arte Daniela Campos e algumas de suas colaboradoras abordaram a referida personagem em inúmeros de seus trabalhos. Contudo, nos textos citados, a autora percebeu a presença da figura feminina em movimento nos mais diferentes corpos e lugares, encarnada em uma infinidade de personagens. Ao se debruçar sobre os conceitos de Ninfa, a partir de Warburg e de Didi-Huberman, Campos explora as infinitas possibilidades de sobrevivência da Ninfa. Suas investigações e considerações contribuem fortemente para a construção deste trabalho, uma vez que encontramos em suas pesquisas o rastro da Ninfa em corporeidades igualmente eróticas como as das mulheres nas capas da revista Playboy.

3 PROCEDIMENTO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Neste capítulo, apresentamos os referenciais utilizados neste estudo, visando atender aos objetivos delineados, mencionados anteriormente. Trata-se de uma pesquisa em que, inicialmente, realizou-se um levantamento bibliográfico pertinente ao tema, e, em seguida, procedeu-se à escolha do material empírico a ser analisado, conforme o capítulo 5.

3.1 Percurso teórico

Para esta pesquisa, buscamos investigar a imagem da Ninfa por meio dos conceitos de *sobrevivência* das imagens e de *fórmula de páthos*, a partir de Aby Warburg. Para tal, utilizamos como fundamentação sua tese de doutorado *O nascimento de Vênus e a Primavera de Sandro Botticelli* (2015), apresentada à Universidade de Estrasburgo em 1891, na qual Warburg estuda os acessórios em movimento em duas obras de Botticelli: *O nascimento de Vênus* e *A primavera*. Ao analisar as obras e poemas da Antiguidade Clássica e do Renascimento, Warburg dá início a sua investigação sobre o pós-vida (*Nachleben*) da imagem, a fórmula de *pathos* e a Ninfa, de modo que sua tese nos auxiliou a desenvolver nossa análise acerca das imagens de capa da revista Playboy. Outrossim, utilizamos o manuscrito *Ninfa fiorentina: fragmentos de um projeto sobre Ninfas* (2012), no qual Warburg e seu amigo, também historiador de arte, André Jolles, trocam cartas a respeito da imagem da Ninfa. Nelas, encontramos a forte admiração de Warburg pela Ninfa. O manuscrito evidencia, além de sua paixão pela figura em movimento, a potência da Ninfa em reaparecer no tempo presente como uma espécie de ponta que toca o passado em *delay*, atualizando-o.

Para uma compreensão mais abrangente dos conceitos de Warburg, bem como para instruir a leitura crítica das imagens, utilizamos os estudos de Georges Didi-Huberman, que se debruça sobre o trabalho de Warburg, convidando-nos a olhar para as imagens como se fôssemos escavar um sítio arqueológico, o que implica um gesto de rasgadura, com o propósito de desconstruir a clássica ideia de

cronologia e as demarcações temporais e, assim, desprender-se da concepção de uma história da arte linear evolutiva. Didi-Huberman, na esteira da antropologia da imagem¹⁴, principalmente sob a influência de Warburg, aborda a sobrevivência da imagem como problemática inquietante da história, no sentido de uma memória que persiste no tempo. Em seu livro *A imagem sobrevivente – história da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg*, o autor apresenta o trânsito das imagens, seus paradoxos temporais e a herança de *páthos* em diversos gestos. Mediante suas análises, é possível compreender o pensamento warburguiano, que, segundo ele, colocou em prática e de forma contínua o deslocamento no pensar nos períodos históricos, no saber, na filosofia, nas hierarquias culturais, de forma que Warburg foi “o atravessa-paredes da história da arte” (DIDI-HUBERMAN, 2013, p. 31).

Didi-Huberman, ao esmiuçar o pensamento warburguiano, elucida conceitos essenciais para esta pesquisa, tais como, *Nachleben* e *Pathosformel*. Aby Warburg compreende a imagem como uma entidade dotada de uma vida histórica, na qual se confrontam as forças da sobrevivência, da tradição e da recordação.

A sobrevivência segundo Warburg não nos oferece nenhuma possibilidade de simplificar a história: impõe uma desorientação temível para qualquer veleidade de periodização. É uma ideia transversal a qualquer recorte cronológico. Descreve *um outro tempo*. Assim, desorienta, abre, torna mais complexa a história. Numa palavra, ela a *anacroniza*. Impõe o paradoxo de que as coisas mais antigas às vezes vêm *depois das coisas menos antigas*; assim, a astrologia do tipo indiano – a mais remota que existe – encontrou um valor de uso na Itália do século XV *depois* de ter sido suplantada e tornada obsoleta pelas astrologias gregas, árabe e medieval. (DIDI-HUBERMAN, 2013, p. 69)

Abrir o tempo da imagem requer, portanto, uma análise estimulada pela observação de gestos e posturas, que evidencie suas sobrevivências. Didi-Huberman, assim como Warburg, tem grande fascínio pela Ninfa, dedicando, não à toa, ao menos sete títulos a ela, entre livros, capítulos e ensaios. Dentre os livros, destacamos: *Ouvrir Venus: Nudité, revê, cruauté*¹⁵ (1999); *Ninfa moderna:*

¹⁴ De acordo com o antropólogo Jean-Paul Colleyn (2012, p. 457, tradução nossa), a antropologia da imagem ou antropologia visual “não é uma disciplina no sentido estrito da palavra nem uma subdisciplina. Encontra-se na encruzilhada entre a antropologia, a história da arte, a iconologia, os estudos do cinema e da fotografia, a sociolinguística, a psicologia e a sociologia”.

¹⁵ Traduzido para o espanhol com o seguinte título: *Venus rajada: desnudez, sueño, crueldad* (2005).

Essai sur le drapé tombé (2002)¹⁶; *Ninfa fluida: Essai sur le drapé-désir* (2015); *Ninfa profunda: Essai sur le drape-tourmente* (2017); e *Ninfa dolorosa: Essai sur la mémoire d'un geste*¹⁷ (2019). No que se refere aos ensaios, têm-se *Ao passo ligeiro da serva (Saber das imagens, saber excêntrico)* (2011)¹⁸; e, por fim, o capítulo intitulado *Coreografia das intensidades: a Ninfa, o desejo, o debate*, publicado no livro *A imagem sobrevivente: História da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg* (2013). Em suas pesquisas a respeito da figura da Ninfa, Didi-Huberman investiga os passos da personagem teórica, observando suas aparições em diferentes tempos e lugares. O autor, ao se debruçar sobre o pensamento warburguiano, “encontrou não só uma forma de seguir um dos pais da História da Arte, mas também uma possibilidade de avançar e dar continuidade a todos os seus postulados” (GARCIA, 2021, p. 21, tradução nossa).

3.2 Delineando uma série empírica

A escolha de quais capas comporiam nossa série empírica foi realizada em dois momentos. No primeiro, olhamos para as 505 capas com o intuito de classificá-las, o que foi feito mediante a composição enunciativa (visual e textual) de cada capa a partir de elementos como profissão, vestimenta, cabelo, etnia, tatuagens e a quantidade de mulheres em cada capa. Mediante esse levantamento, realizamos uma descrição das imagens dos corpos dessas mulheres e constatamos características que se repetiam na maioria das capas. Notamos, por exemplo, a existência de um padrão estético (pele branca, cabelos longos, loiros ou castanhos e corpo magro). Além disso, os corpos não apresentam flacidez e suas peles são lisas, não apresentando nenhuma indicação de celulite, estrias, manchas ou pintas.

Desde o surgimento da revista até fins da década de 1990, percebe-se que as mulheres apresentavam seios pequenos e, a partir dos anos 2000, são visíveis as mudanças nas imagens desses corpos, como o aumento dos seios mediante o

¹⁶ Traduzido para o português com o seguinte título: *Ninfa moderna: ensaio sobre o panejamento caído* (2016).

¹⁷ Traduzido para o espanhol com o seguinte título: *Ninfa dolorosa: ensayo sobre la memoria de un gesto* (2021).

¹⁸ Comunicação proferida por Didi-Huberman no âmbito da mesa redonda Ymago, realizada no Colégio das Artes, em Coimbra (Portugal), no dia 28 de março de 2014.

implante de silicone, realizado via intervenções cirúrgicas. Apesar das intervenções e procedimentos que modificam o corpo, como aumento dos seios ou pele bronzeada artificialmente, que se tornaram moda, o corpo magro, esguio e longilíneo esteve presente durante a existência da revista.

É notório que a Playboy estabelecia um padrão corporal, apresentado como magro e, por isso, considerado socialmente como saudável e belo - com exceção da edição número 493 de 2017, a única a estampar uma modelo *plus size*. Obviamente, existem diferenças no biótipo de cada uma das mulheres. Contudo, é possível perceber que as mulheres das capas apresentam características semelhantes como corpos longilíneos, cinturados e barriga lisa. Nas edições 495 e 496, ambas de 2017, as imagens das mulheres estampadas exibem o abdômen bem definido, a famosa “barriga tanquinho”. Robson Chagas Pimentel e Tadeu João Ribeiro Baptista, no artigo *Modelos de saúde e estética: uma análise das capas da revista Playboy brasileira em 2012* (2014), também concluíram, ao prestarem atenção ao Índice de Massa Corporal (IMC), que as mulheres das capas do ano de 2012 exibiam certo padrão estético. Para eles, essas mulheres exibiam o IMC de uma pessoa magra, e, embora as análises tenham sido feitas apenas para as capas do ano de 2012, é possível afirmar que este padrão atravessa todos os anos da revista, de acordo com o conjunto imagético da Figura 4, formado por capas de 1977 a 2017.

Figura 4 - Capas da revista Playboy, no período entre 1977 e 2017



Fonte: Elaboração própria, 2021

A partir da análise prévia, notamos que o corpo da mulher magro e escultural se manteve como padrão e norma da revista, desde as décadas de 1970 até os anos 2000 e 2010. Outra continuidade constatada está relacionada às características predominantes das capas. A partir dos elementos “cabelos” e “cor da pele”, os de tipo loiro e pele branca estão presentes na maioria das mulheres das capas. De acordo com Pimentel e Baptista (2014, p. 65), a Playboy reforça o “modelo de perfil eurocêntrico a partir da cor da pele (branca), dos cabelos (lisos e geralmente loiros, ou mesmo castanhos), demarcando uma predominância de etnia”.

Assim, partimos para o segundo momento da análise, adensando em três categorias as características mais recorrentes das Ninfas: mulheres adornadas, beleza jovial e beleza idílica. Seleccionamos, portanto, 18 capas publicadas entre os anos de 1982 e 2010 e, por meio dessas categorias, analisamos a forja das imagens daquelas mulheres estampadas na Playboy, articulando com a noção teórica de Ninfa e evidenciando sua sobrevivência nessas capas. Para realizar a análise, no capítulo cinco, operamos com o procedimento da montagem e desmontagem didi-hubermaniano, por este proporcionar teórica e metodologicamente a abertura da imagem, revelando o que à primeira vista não é percebido. A montagem pode ainda fazer emergir as tensões, imbricações e dessemelhanças entre as imagens, nos possibilitando olhar para elas com mais profundidade. Didi-Huberman (2016a, p. 6) sugere: “A montagem talha as coisas habitualmente reunidas e conecta as coisas habitualmente separadas”. Dessa maneira, ao analisarmos as 18 capas seleccionadas, indicamos as similitudes com a imagem da Ninfa, de forma que tal procedimento pudesse contribuir para levar a cabo o objetivo central desse estudo, qual seja, examinar a figura da Ninfa como força inspiradora para a forja da sensualidade feminina.

3.3 Uma Ninfa em muitas capas

As capas da revista Playboy nos permitem buscar a possível sobrevivência corpórea da Ninfa, porque nelas podemos encontrar o ideal de beleza feminina. Nos corpos exuberantes das mulheres que já foram consideradas as mais belas e desejadas do país, indicamos a gestualidade sobrevivente da Ninfa, cujo aparecimento em diversas pranchas do *Atlas Mnemosyne* – constituído por fotocópias de imagens de afrescos, mármore, telas, fotografias, medalhões –, evidencia sua plasticidade encarnada em diversas personagens femininas na arte da Antiguidade Clássica, do Renascimento e em imagens publicitárias do século XX e do início do século XXI. Warburg já havia apresentado, em suas pranchas do Atlas, a ideia de encarnação da Ninfa nas figuras femininas da modernidade, por meio de anúncios publicitários (CAMPOS, 2017b). Para Didi-Huberman (2013, p. 219), a Ninfa “reúne em si um número considerável de encarnações, de personagens

possíveis”; assim, sua presença ressurgue em diversos tempos, em diferentes figuras femininas.

Mediante as considerações de Warburg, reconhecemos encarnações possíveis da Ninfa em representações rotineiras do contexto atual. Por intermédio da *Nachleben* e da *Pathosformel*, conceitos estabelecidos por Warburg e amplamente difundidos por Didi-Huberman e Campos, buscamos as possíveis aparições e encarnações da Ninfa na mulher brasileira. Na tentativa de procurar as manifestações da Ninfa, consideramos o cenário midiático como o meio por excelência no qual sua aparição se realiza e atualiza, o que nos auxiliou na determinação de um conjunto empírico a ser analisado. Percebemos a aparição da Ninfa nas imagens de uma bela e sedutora mulher, porém, muitas vezes, violenta. Eis, portanto, a contradição pujante das aparições da Ninfa no conjunto imagético analisado, uma vez que ela

condensa tanto a graciosidade leve da mulher que flutua sob suas vestes como também da trágica e violenta figura que mutila Orfeu, dança com as bacantes, aquela que mata Holofores, aquela que com sua dança consegue a cabeça de São João Batista ou aquela que seduz fatalmente o homem casado de *O pecado mora ao lado*. (MARCELINO, 2016, p. 33)

As mais belas mulheres do país, os corpos mais desejados pelos homens e cobiçados pelas mulheres estamparam as capas da Playboy brasileira. Atrizes, modelos, cantoras e dançarinas, mulheres com notabilidade, veneradas pela sociedade, seja por sua beleza ou por suas carreiras. Belas, populares e sensuais, as mulheres escolhidas para aparecer nas capas da revista masculina brasileira eram consideradas o ideal de beleza feminino. As mulheres presentes na revista se assemelham às Ninfas ao disporem de uma posição elevada: seja na mitologia ou na vida real, ambas são superiores. As Ninfas, divindades menores, filhas de deuses, são poderosas. Como critério para posar para a revista brasileira, principalmente para estampar a capa, as mulheres deveriam ser reconhecidas e influentes. De acordo com Werneck e Goldenberg (2010), o prestígio e o status era algo relevante na escolha da personalidade da capa:

Não é apenas uma mulher dotada de um conjunto de atributos físicos associados a um certo padrão de beleza consagrado e legitimado. É uma mulher com algo a mais, muito mais do que um produto midiático

bem-acabado e diferenciado: uma mulher diferente, distinta de todas as outras incontáveis [...]. (WERNECK; GOLDENBERG, 2010, p. 138)

Status, beleza e desejo. As Ninfas e as mulheres das capas da Playboy são semelhantes. Imagens que perturbam os homens, imagens que seduzem. Segundo Campos (2014), a imagem da figura feminina provida de beleza atravessa o tempo e a arte ocidental ao longo dos tempos. As representações de uma linda e atraente mulher foram inumeráveis. “Personagens clássicas percorreram as telas, pedras, bronzes e papéis. Foram Vênus, Ninfas, Helenas, Evas, Cleópatras, Odaliscas. As incontáveis personagens atravessaram tempos, percorreram séculos no imaginário ocidental” (CAMPOS, 2014, p.198).

De forma semelhante, na revista Playboy nos deparamos com a imagem de uma mulher atraente, sedutora e de corpo escultural. Foram diversas as mulheres que estamparam as capas e fascinaram seus leitores e, certamente, suas leitoras. Sempre erótica, sempre jovem, a cada mês os leitores e leitoras encontravam uma mulher diferente, uma nova mulher, tão bela como a da capa anterior, objeto de desejo, o ideal de beleza feminina. Assim como as Ninfas, com seu poder de perturbação, as mulheres da Playboy tinham o mesmo poder de seduzir e enfeitiçar seus leitores e suas leitoras. Corpos esculturais, curvilíneos, sensuais; corpos-objetos-de-desejo. O ideal de beleza feminina: corpos de Ninfas, corpos de mulheres. As belas e eróticas mulheres atravessam o tempo, foram muitas personagens em esculturas, na pintura e na fotografia. Fotografias dos corpos eróticos que foram impressos e disseminados por muitos lugares, impressos e estampados em revistas como a Playboy.

4 FORJAR UM ARTEFATO CULTURAL: A REVISTA PLAYBOY

Neste capítulo, apresentaremos como se deu a invenção de uma revista que educou gerações como imaginar, pensar e agir em relação às corporeidades femininas, incluindo as próprias mulheres, criando uma imagem hegemônica, passível de ser esculpida, bem como de sobreviver à passagem do tempo.

4.1 Antecedentes de uma revista

Segundo o *Online Etymology Dictionary* (HARPER, 2001) a definição de *playboy* como homem rico e *bon vivant*, surge em 1829. Em meados de 1620, o significado da palavra estava associado a “ator colegial”. Com o lançamento da revista norte-americana nos anos de 1950, se propaga a associação do termo *playboy* ao homem rico, elegante e que busca o prazer. Gail Dines, socióloga norte-americana e estudiosa da indústria pornográfica e da violência sexual, destaca em seu livro *Pornland: How Porn Has Hijacked Our Sexuality* (2010) que, antes da Playboy, as revistas pornográficas não eram distribuídas por grandes editoras e o acesso a esse tipo de material era limitado.

O idealizador da revista, Hugh Hefner (1926-2017), nasceu em Chicago e era o filho mais velho de uma família de protestantes conservadores (MANSNERUS, 2017). Após servir o exército, cursou Psicologia na Universidade de Illinois, em 1946, e, em seguida, cursou Pós-Graduação em Sociologia na Northwestern University, onde se deu seu contato com *Sexual Behavior in the Human Male* (1948), de Alfred Kinsey, que embasou a escrita de seu trabalho de conclusão de curso. Ao examinar as leis sexuais dos Estados Unidos, defendeu a legalização da prostituição, posicionando-se favorável ao divórcio e contra a pensão alimentícia (REISMAN; MCALISTER, 2018). Defensor radical da liberdade sexual masculina, Hefner fundou a revista Playboy em 1953, objetivando publicar imagens sensuais de mulheres para um público masculino específico: moderno e cosmopolita.

A Playboy [deveria ser] recebida por aquele seletto grupo de camaradas urbanos que estavam menos preocupados com a caça, pesca, escalada e montanhas do que boa comida, bebida, roupas adequadas e o prazer da

companhia feminina. (HEFNER, 1954 *apud* FRATERRIGO, 2009, p. 21, tradução nossa)

Hefner almejava criar uma revista diferenciada para o universo masculino. Em sua juventude, as revistas voltadas para esse público eram conhecidas como “sangue, tripas e brigas” e abordavam temas relacionados a esportes e caçadas. Após a Segunda Guerra Mundial, entre os anos de 1945 e 1952, esse tipo de publicação aumentou as vendas em 62% (DINES, 2010). As imagens de mulheres sensuais que circulavam na época eram ilustrações de *pin-ups* das revistas em quadrinhos ou aquelas voltadas para o público masculino, como a *Esquire*¹⁹. As revistas que se dedicavam a registrar mulheres nuas estavam mais relacionadas ao nu artístico ou ao nudismo, retratando um estilo de vida natural, uma vez que o nu erotizado era proibido circular nos Estados Unidos, devido às duras políticas do senador Joseph Raymond McCarthy (MIRA, 1997). O que difere os ensaios entre nu artístico e nu erótico ou pornográfico relaciona-se ao foco e às poses, isto é, enquanto o nu erótico destaca as partes íntimas e as poses sedutoras, o nu artístico busca evidenciar o corpo como um todo:

A distância é o que define o nu artístico, a proximidade é o que define a fotografia erótica, bem como, é claro, o sorriso encorajador e o olhar brilhante e sedutor. Nus que aspiram a um status artístico procuram seguir a regra de que “menos é mais”, enquanto a fotografia erótica é caracterizada por “quanto mais, melhor”. Nus artísticos não fazem promessas, nus eróticos fazem um pouco, e os trabalhos obscenos ou pornográficos cumprem tão completamente todas essas promessas que muitos espectadores os consideram mais ofensivos, em vez de excitantes. (KOETZLE, 1994, p. 17, tradução nossa)

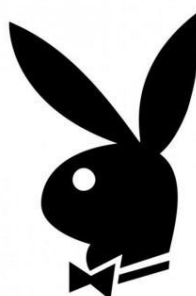
No início dos anos de 1950, enquanto trabalhava como editor em uma revista infantil, Hefner fez um empréstimo de seiscentos dólares e conseguiu mais oito mil dólares com amigos e familiares para investir em sua revista, cujo *slogan* era “Entretenimento para homens” (COSTA, 2013). Além de publicar representações da sensualidade feminina, havia nessa revista notas sobre o estilo de vida do “homem moderno”, tais como reportagens sobre gastronomia, automóveis, viagens e moda, além de entrevistas com diversas personalidades. O conteúdo apresentado em suas

¹⁹ Revista norte-americana criada em 1933, direcionada para o público masculino, abordando moda, política, artigos, questões culturais e ilustrações de *pin-ups*.

imagens e em seus textos foi inspirado na revista voltada para o público masculino *Esquire*. No início dos anos de 1940, essa revista era reconhecida por suas publicações sofisticadas e de boa qualidade (MIRA, 1997).

Hefner havia pensado em nomear a revista como *Stag Party* (“Festa de Solteiro”, em tradução livre), contudo, “Stag” era a marca registrada de uma revista de caça, cujo diretor ameaçou processar Hefner. Depois de pensar em muitos nomes, um amigo de Hefner sugeriu que a revista deveria ser nomeada Playboy, em referência a uma empresa automobilística norte-americana, que entrou em falência em 1951. Como resultado da alteração no nome, foi necessário redesenhar também a identidade visual, visto que, para Hefner, ele deveria simbolizar a marca. Hefner queria uma conotação tanto de caça, quanto de domesticidade. Como a “Stag” utilizava o logo de um veado, Hefner solicitou a seu designer gráfico, Art Paul, que conservasse a ideia da caça, o que resultou na figura abaixo.

Figura 5 – Símbolo da Playboy



Fonte: BBC Brasil, 2017²⁰

Desse modo, o veado é substituído pelo coelho, preservando o sentido da caça e, ao mesmo tempo, a domesticidade. Na análise de Preciado (2010), a alteração da identidade visual de cervo para coelho sugere características completamente opostas. Enquanto o cervo remete ao gênero exclusivamente masculino, com atributos mais convencionais e moralistas, o coelho se relaciona a características flexíveis e liberais:

As mudanças semânticas que levam de “veado” (cervo) para “coelho” contêm uma teoria de poder e subjetivação como resposta às transformações culturais que estão ocorrendo durante os anos cinquenta. A subjetividade masculina (veado), adulta, séria, rude e selvagem, foi

²⁰ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-41450365> Acesso em: 22 fev. 2022.

deslocada em favor de uma subjetividade (coelho), adolescente, veloz, saltitante e doméstica. (PRECIADO, 2010, p. 57, tradução nossa)

Para Hefner, o símbolo teria que traduzir o espírito da revista, sendo bem humorado, divertido e com conotação sexual, já que o coelho é popularmente conhecido como um animal sexualmente ativo. Para ilustrar a primeira capa da revista (Figura 6), Hefner selecionou fotografias de Marilyn Monroe. As fotos de Monroe, adquiridas por Hefner através da *John Baumgarth Company*, nunca haviam sido divulgadas em larga escala, em decorrência de censura. O primeiro exemplar da Playboy, publicado em dezembro de 1953, teve uma tiragem de 53.991 exemplares .

Figura 6 – Primeira capa da Playboy norte-americana



Fonte: The New York Times, 2017²¹

4.2 Guerra fria e o movimento conservador norte-americano

Para que possamos entender como a revista Playboy se tornou um fenômeno, é importante contextualizar brevemente o momento que a sociedade norte-americana vivia no início dos anos de 1950. Segundo o historiador britânico Eric Hobsbawm (1997), logo após a Segunda Guerra Mundial, os Estados Unidos

²¹ Disponível em:

<https://www.nytimes.com/interactive/2017/09/28/business/media/playboy-hugh-hefner.html>.

em: 22 fev. 2022.

Acesso

dominaram a economia Ocidental, o que resultou em crescimento econômico, dado que o não sofreu danos territoriais e não precisou passar por uma reconstrução, como aconteceu com grande parte dos países da Europa. Além disso, as indústrias norte-americanas de todos os ramos continuaram operando normalmente.

Outro fator que contribuiu para o desenvolvimento econômico e, por conseguinte, causou mudanças importantes nos Estados Unidos foi o *baby boom* nos anos 1950. Com o retorno de veteranos de guerra à vida privada, houve aumento de 30% na população estadunidense entre os anos de 1946 e 1967, do qual decorreu um incremento na venda de vários tipos de bens de consumo, bem como o aparecimento e a rápida ampliação dos subúrbios (TAVARES, 2008). Hobsbawm também destaca que o modelo de produção fordista se estendeu para além das indústrias, atingindo outros mercados:

O modelo de produção em massa de Henry Ford espalhou-se para indústrias do outro lado dos oceanos, enquanto nos EUA o princípio fordista ampliava-se para novos tipos de produção, da construção de habitações à chamada *junk food* (o McDonald's foi uma história de sucesso do pós-guerra). Bens e serviços antes restritos a minorias eram agora produzidos para um mercado de massa, como no setor de viagens a praias ensolaradas. Antes da guerra, não mais de 150 mil norte-americanos viajaram para a América Central ou o Caribe em um ano, mas entre 1950 e 1970 esse número cresceu de 300 mil para 7 milhões (US Historical Statistics, vol. I, p. 403). (HOBBSAWM, 1997, n. p.)

O aumento populacional e o deslocamento das famílias para fora das grandes cidades estimularam a indústria e o comércio nacionais. Os setores de construção civil, móveis e eletrodomésticos cresceram exponencialmente, impactando a economia norte-americana de maneira inédita (TAVARES, 2008). Com a alta prosperidade da sociedade estadunidense foi elaborado, nesse período, o conceito de *American way of life*, expressando um estilo de vida definido pelo consumo e pela busca pelo conforto (CARVALHO, 2015). Assim, o sentimento de um país estruturado, equilibrado e com poder político e econômico hegemônico resultou em uma ideia de superioridade.

Com a implementação do Plano Marshall a partir de 1947, objetivando promover auxílio financeiro aos países da Europa Ocidental devastados pela Segunda Guerra, o governo norte-americano, junto dos países envolvidos no plano, pretendia conter o avanço do comunismo. Segundo o historiador norte-americano

Mark Hamilton Lytle (2005) a sociedade estadunidense nutria um forte sentimento de união para conter a ameaça comunista nos anos de 1950. Para esse autor, o país construiu uma sociedade com valores políticos e sociais pautados no lema religioso “Em Deus nós confiamos” para que, assim, os cidadãos permanecessem em uma suposta harmonia, como forma de rejeitar o movimento comunista da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS). Ao se fundamentar nas ideias religiosas para proteger o país do comunismo, defender os valores tradicionais e a moralidade, a sociedade norte-americana enfatizava o cristianismo: “a frase ‘sob Deus’ era um ingrediente essencial no consenso da Guerra Fria que, em meados da década de 1950, havia se tornado uma ortodoxia americana” (LYTLE, 2005, p. 14, tradução nossa). Conforme a tensão da Guerra Fria se intensificava, a noção de família estável e religiosa nutria o sentimento de proteção; a sociedade norte-americana acreditava que sua moral e sua política eram superiores ao comunismo.

Para Vidal (2013) os Estados Unidos foram dominados por uma onda conservadora após a insatisfação da sociedade com as duas guerras mundiais, o avanço da ciência e a ameaça comunista propalada pelo governo. Para essa sociedade, as questões políticas, sociais ou econômicas estavam desintegrando a família tradicional e, nesse sentido, um retorno aos valores tradicionais forjaria uma sociedade moralizada:

O que de fato os unia, portanto, era, no plano político, a aversão ao comunismo; no plano econômico, a aversão ao Keynesianismo e às políticas liberais de bem-estar social; e no plano social, a busca pela retomada da religião e de valores tradicionais norte-americanos. (VIDAL, 2013, p. 264)

Diante dessa conjuntura, a Playboy desempenhava um duplo papel na sociedade estadunidense, pois, ao mesmo tempo que a revista pleiteava o lar como um espaço masculino - com uma decoração e arquitetura voltada para o homem solteiro que se utilizava do espaço doméstico para relaxar e levar mulheres -, ela também entregava a esse público imagens da nudez feminina. Essa dinâmica de abordar um espectro amplo de temas estimulou o consumo da revista e distanciou os homens de ideias tidas como “antiamericanas” - a exemplo da homossexualidade e comunismo (DINES, 2010; PRECIADO, 2010).

4.3 O homem doméstico

O filósofo espanhol Paul B. Preciado, em seu livro *Pornotopía: Arquitectura y sexualidade em Playboy durante la Guerra Fría* (2010), analisa a Playboy com a finalidade de investigar o discurso de gênero, a pornografia, as sexualidades, a domesticidade e as relações dos espaços públicos e privados durante a Guerra Fria. Preciado, que iniciou sua pesquisa durante o doutorado em Teoria da Arquitetura, na Universidade de Princeton, abordou como a revista Playboy americana forjou o “homem playboy”. Nesse livro, Preciado explora o contexto norte-americano pós Segunda Guerra Mundial, ponderando como a Guerra Fria, o anticomunismo (discurso empreendido pelo senador McCarthy) e o surgimento da Playboy construíram não apenas uma nova masculinidade, mas também promoveram mudanças significativas na sociedade estadunidense. A campanha “Lute pela América”, comandada por McCarthy, perseguiu duramente homossexuais e cidadãos tidos como comunistas, fazendo com que a sociedade norte-americana fosse dominada pelo clima de paranoia, controle e vigilância. Os homossexuais eram vistos como aliados dos judeus e dos comunistas e, portanto, constituíam uma ameaça aos valores norte-americanos.

Dessa forma, “a dona de casa perfeita e o pai trabalhador são projetados como modelos de gênero complementares, dos quais depende a estabilidade da família heterossexual branca” (PRECIADO, 2010, p. 38, tradução nossa). O retorno dos veteranos para suas casas e o surgimento dos subúrbios fizeram com que houvesse uma prioridade nacional para que os homens recém-chegados da guerra ocupassem o mercado de trabalho e as mulheres deixassem os postos conquistados. Nesse contexto, a família tornou-se o centro da vida norte-americana e a média de idade na qual as mulheres se casavam era de 20 anos (HISTORY, ART & ARCHIVES, U.S. HOUSE OF REPRESENTATIVES, 2007). Portanto, com os jovens cidadãos casando-se e a eclosão de novos aparelhos domésticos que deixavam o dia a dia mais prático, muitas mulheres decidiram abdicar de suas carreiras para se concentrarem na esfera doméstica. Para Preciado (2010) isso propiciou uma segregação de gênero por meio da qual os homens saíam de suas casas para trabalhar no centro da cidade enquanto as mulheres e as crianças

ficaram reclusas nos subúrbios. A historiadora norte-americana Elaine Tyler May, em seu livro *Homeward bound: American families in the Cold War era* (2008), nomeou essa condição de “contenção doméstica”, ou seja, ao renunciar o estudo e a carreira, a mulher estadunidense se dedicou ao lar e à sua família nos subúrbios.

Na sociedade pós-guerra norte-americana, com valores conservadores e puritanos, a sexualidade ainda era um tabu. O fundador da Playboy almejava que a revista se tornasse um manual para que os homens se libertassem do conservadorismo sexual e da privação de bens de consumo provocados pela Grande Depressão (ou Crise de 1929) e a Segunda Guerra Mundial (DINES, 2010). Com o anseio de uma revolução sexual masculina, a Playboy queria convencer os homens de que ficar em casa, preparando drinks ou jogando, poderia ser mais prazeroso do que caçar. Construindo um espaço doméstico masculino, a Playboy se opunha à ideia de lares de famílias tradicionais, aspiração de muitos jovens dos anos 1950:

De repente, o solteiro era uma escolha, decorado com *intelligent drinks*, alta tecnologia e um apartamento urbano que envergonhava as cercas brancas. A sofisticação havia se tornado uma opção viável para os homens: o universo Playboy encorajava a apreciação das “coisas boas” – literatura, um bom cachimbo, um pulôver de cashmere, uma bela dama. A América estava presenciando o advento do homem solteiro urbano que, para que seu afastamento subversivo das normas domésticas não sugira homossexualidade, estava agora aproveitando novas fotos de mulheres nuas a cada mês. (COLIN, 1999 apud PRECIADO, 2010, p. 34, tradução nossa, grifo nosso)

Dessa forma, a Playboy traçava uma nova masculinidade para o jovem solteiro, urbano e caseiro. Preciado (2010) assevera que, com a intenção de enfatizar essa nova masculinidade, a Playboy defenderá a ideia de um homem “doméstico”, abordando temáticas como moda, culinária, arquitetura e decoração. A revista manifestava-se contra a ideia, oriunda do contexto de Guerra Fria, da casa como um espaço unicamente feminino, sustentando a necessidade de criação de um novo espaço para o homem, completamente diferente do ambiente familiar tradicional da sociedade norte-americana.

4.4 A revolução sexual de Hefner

A Playboy não apenas se posicionou contra a cultura do homem estadunidense tradicional dos anos 1950, como se tornou parte da vida do homem moderno. A pornografia antes da Playboy era mais reservada às figuras de *pin-ups* que, embora tivessem feito sucesso com os soldados no decorrer da Primeira e Segunda Guerras Mundiais, poucos homens haviam visto figuras coloridas e ampliadas de mulheres nuas (PRECIADO, 2010). A revista anunciava uma ideologia contra o matrimônio e apontavam aos seus leitores que a vida do homem solteiro poderia ser muito mais prazerosa se ele não se envolvesse emocionalmente e, em vez disso, seduzisse muitas mulheres. Entretanto,

simplesmente dizer aos homens para não se conformarem permanecendo solteiros não teria sido suficiente nos anos 1950, uma vez que a não conformidade era considerada um sinal de homossexualidade ou patologia social. O que era necessário era uma alternativa a “Gary Gray”, uma imagem de um homem que se recusou a se conformar, mas ainda era considerado um homem. Este homem trabalhou duro, mas para si mesmo, não para sua família; ele era ativamente heterossexual, mas com muitas mulheres jovens e bonitas (como as que povoavam a revista). (DINES, 2010, n. p., tradução nossa)

Por meio do conteúdo de suas publicações, a Playboy construiu um homem norte-americano cosmopolita que, após os períodos turbulentos de guerras, deveria trabalhar para investir em momentos de diversão, acompanhado de belas mulheres. Preciado (2010) aponta que a Playboy se opunha à concepção convencional do homem, adjetivado como forte, lutador, militar e selvagem, forjando o conceito do homem moderno e que usufruía de tecnologias, sedutor, elegante, sofisticado e misterioso, algo muito próximo ao personagem fictício James Bond. Além de sua linha editorial, que apresentava uma ideologia acerca do homem moderno, Costa (2013) declara que a Playboy construiu, através da publicidade que veiculava, um homem descolado, com gosto sofisticado para roupas e acessórios:

As peças publicitárias contidas na Playboy apresentam modelos identificatórios de homens viris, bem-sucedidos e jovens. A construção da figura de homem se dá por meio dos produtos veiculados e da forma como eles são apresentados na revista. Mercadorias diversas dialogam com seus

consumidores, passando a ideia de que o anúncio foi desenvolvido sob medida para aquela determinada pessoa (COSTA, 2013, p. 42).

A imagem do homem sedutor e sofisticado estava associada ao consumo: o “homem playboy” deveria ser aquele que tivesse uma carreira sólida, se vestisse de forma elegante, tivesse uma bela casa e um carro moderno. A Playboy dirigiu seu editorial para o homem branco e heterossexual, para despertar seu desejo sexual e de consumo, relacionando os dois ao prazer. O consumo das mercadorias de alta qualidade expostas na revista tornaria o leitor um “homem playboy” e, dessa forma, ele alcançaria seu objetivo de ter mulheres como as da revista (DINES, 2010).

Apesar do sucesso entre o público masculino estadunidense, a revista recebeu críticas durante seus primeiros anos e sofreu perseguições, principalmente de grupos religiosos. Em quase todos os editoriais, Hefner escrevia um artigo para defender e justificar o papel da Playboy na sociedade norte-americana, todavia, em 1962, ele organizou um editorial de 277 páginas no qual explicava a “filosofia” da revista, respondendo a todas as críticas recebidas desde o seu surgimento. Nesse editorial, Hefner anuncia o público-alvo que a Playboy pretendia alcançar e, principalmente, a intenção de transformar o modo como a sociedade norte-americana via o sexo:

Naturalmente, a Playboy inclui o sexo como um dos ingredientes de seu pacote total de entretenimento e serviços para o jovem homem urbano. E, longe de provar que sofremos de uma cisão editorial, mostra que entendemos o nosso leitor e o que lhe interessa. Quando as revistas mais antigas oferecem sexo aos seus leitores, geralmente é associado a doença, pecado ou sensacionalismo. Na Playboy, o sexo é oferecido na forma de garotas bonitas e humor. Uma abordagem enfatiza o lado negativo do sexo e a outra, o lado positivo. Parece-nos óbvio qual abordagem é a saudável, a natural e a correta. Se a abordagem sexual da Playboy é correta, então talvez sejamos culpados de simplesmente colocar ênfase demais nisso. Nós, entretanto, não pensamos assim. A maioria das outras revistas importantes na América é produzida com o mesmo ponto de vista de um programa de televisão típico – elas são destinadas a uma família inteira, a todos e a ninguém. A Playboy, por outro lado, é editada exclusivamente para o jovem homem urbano que, naturalmente, tem um pouco mais de interesse por sexo e garotas bonitas do que o público em geral ou familiar. (HEFNER, 1962, p. 8, tradução nossa)

A “filosofia” da revista, conforme preconizada por Hefner, embasava-se em oposição ao conservadorismo e a favor da liberdade do homem diante da sociedade desse período. Hefner sempre se percebeu como um revolucionário sexual e

comparou o impacto de sua ideologia aos dos movimentos feministas, antirracistas e decoloniais (PRECIADO, 2010). Para ele, a masculinidade do homem heterossexual estava relacionada à sua vida sexualmente ativa, sobretudo se essa atividade se desse com uma variedade de mulheres.

A ideologia do “homem playboy” se materializa na vida de Hefner ao comprar sua mansão em Chicago, em 1959, após se divorciar de sua primeira esposa. Ele divide a mansão (que possuía 70 quartos, gruta, bar, sala de jogos e piscina) com algumas *Playmates*, modelos que foram capas da revista e com as quais ele se relacionava afetivamente. A mansão também serviu de local para festas que ocorriam quase todos os dias, contando com a presença de empresários e celebridades (Figura 7).

Figura 7 – Hugh Hefner e modelos na piscina da mansão em 1975



Fonte: The Sun, 2017

Com o alcance de seu público-alvo consolidado, a Playboy passa a ser mais que uma revista ao expandir seus tentáculos para além do mercado editorial, inaugurando em Chicago, em 1960, sua primeira casa noturna, além de licenciar um canal de televisão a cabo em 1982 e, nos anos seguintes, investir em roupas e acessórios para o público masculino e feminino com o símbolo da revista – o coelho com a elegante gravata borboleta.

4.5 A *Playboy* no Brasil

Nos anos 1970, a revista passou por um processo de internacionalização, após grande sucesso em seu país de origem. Nessa época, a revista já circulava por alguns países europeus - como Alemanha, Itália, França e Espanha - e da América Latina - como México e Brasil (GIORDANO, 2012). Antes de a revista chegar ao Brasil, conteúdos eróticos ou pornográficos já estavam difundidos por aqui via outros meios. O jornalista Valmir Costa (2006), em seu artigo *Com repressão, não há tesão: a censura ao sexo no jornalismo de revista no Brasil do século XIX ao Regime Militar (1964-79)*, faz um panorama da disseminação da pornografia em território nacional dentro do recorte temporal estudado, afirmando que as revistas conhecidas como “gênero alegre” surgiram no Brasil no final do século XIX a exemplo da *O Rio Nu*, de 1898. Nos anos seguintes surgiram outros nomes como *O Badalo* (1893); *O Nabo – dedicado ao bello seixo* (1900); *O Empata* (1906), entre outras, que eram constituídas de humor e erotismo através de desenhos de mulheres seminuas.

Ainda segundo Costa (2006), em 1925, o Centro da Boa Imprensa, responsável por gerenciar os veículos de comunicação no Brasil, era administrado pelo Mosteiro de Santo Antônio, que classificava os conteúdos jornalísticos e cinematográficos em três categorias: “inofensivo”, “com reservas” e “prejudiciais”. A partir dos anos de 1930, durante o governo Vargas, a censura ficou mais rígida e, em 1932, com a instituição da Censura Federal, as revistas de “gênero alegre” pararam de circular. Em 1939, foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que gerenciava a propaganda nacional e intervia nos veículos de comunicação. Em 1940, entrou em vigor o Decreto Lei nº 2.848, que, em seu capítulo VI, previa pena para atos obscenos (COSTA, 2006).

Apesar da censura, nos anos 1950, o conteúdo pornográfico circulava de forma ilegal por intermédio de revistas em quadrinhos de Carlos Zéfiro, conhecida como “catecismos”. Segundo Mira (1997) no final dos anos de 1950, revistas destinadas ao público masculino buscavam conquistar o mercado editorial brasileiro e nomes como *Senhor* (1959-1963), *Fairplay* (1966-1971), *Ele & Ela* (1969-2009) e *Status* (desde 1974-1980/2011-2015), já existiam no Brasil antes da revista *Playboy*,

porém somente as revistas *Ele & Ela* e *Status*, dedicavam-se aos conteúdos eróticos, tornando-se, portanto, concorrentes diretas da *Playboy*. Entretanto, apesar da concorrência, a revista *Playboy*, ao se estabelecer no Brasil, foi aprovada pelo público, com alto volume de vendas. De acordo com Marcelo Furquim (2016, p. 51),

Antes de *Playboy* jamais um periódico erótico havia tido sucesso e sido amplamente aceito pelo público brasileiro e pelas instituições do poder. O sucesso de *Playboy* é tanto que ela crescerá e se sustentará pela grande quantidade de anunciantes, que pretendem associar sua marca a esse símbolo do homem brasileiro moderno, de forma muito diferente, por exemplo, da revista *Fairplay* ou da revista *Senhor*, que foram obrigadas a fechar anos antes de *Playboy* surgir exatamente por terem sido consideradas imorais e, conseqüentemente, tido dificuldades em encontrar anunciantes.

Antes de a *Playboy* ser veiculada no Brasil, a imprensa havia sido submetida à censura desde as publicações do Ato Institucional nº 5 de 1968 e do Decreto Lei nº 1.077, de 26 de janeiro de 1970, os quais proibiam a veiculação de pornografia no Brasil. No texto deste último, proclamava-se: “Não serão toleradas as publicações e exteriorizações contrárias à moral e aos bons costumes quaisquer que sejam os meios de comunicação” (BRASIL, 1970).

Figura 8 – Capa Revista do Homem, agosto de 1975



Fonte: Cena Pop, 2021²²

²² Disponível em: <https://cenapop.uol.com.br/noticias/famosos/cleo-desbanca-xuxa-playboy.html>. Acesso em: 22 fev. 2022.

Apesar do decreto, a Editora Abril, responsável pela circulação da revista até 2015, conseguiu articular sua publicação mediante negociações “por meio de jantares e conversas” (RIBEIRO, 2016, p. 29). Nesse período, ocorria o processo de abertura política, liderado pelo general Ernesto Geisel, que visava expandir a indústria nacional. O processo de modernização do país vinha acontecendo desde a política desenvolvimentista de Juscelino Kubitscheck, durante seu mandato presidencial de 1956 a 1961, e o governo Geisel pretendia dar continuidade a isso. Entretanto, segundo Fausto e Fausto (2015), a trajetória de abertura do governo proposta por Geisel foi complicada, com avanços e retrocessos: de um lado, sofria pressão da parte mais ortodoxa dos militares, e, de outro, pretendia iniciar a abertura.

No momento em que a Editora Abril lançou a Revista do Homem, primeiro nome dado à Playboy no Brasil, a empresa estava em processo de expansão e, em menos de 30 anos, seu catálogo saltou de 7 para 121 títulos (GIORDANO, 2012). Apesar da concorrência, a Revista do Homem foi bem recebida no país. Mira (1997) afirma que, em 1976, as vendas da revista *Ele & Ela*, a precursora no segmento, diminuíram consideravelmente devido ao lançamento da Revista do Homem, que assumiu a liderança das vendas nesse período: “Em 1976, as três revistas [*Ele & Ela*, *Status* e a Revista do Homem] tinham juntas em torno de 500 mil compradores e a vendagem de ‘Ele & Ela’ caíra para 160 mil, claro sinal de que tivera que dividir seu público com as outras duas” (MIRA, 1997, p. 172).

Em 1978, a Revista do Homem passa a se chamar Playboy (Figura 9). Carlos Costa, ex-diretor de redação da revista, narra, no livro *Histórias secretas: Os bastidores dos 40 anos da Playboy no Brasil*, que a mudança de nome não foi planejada e aconteceu por problemas judiciais entre a Editora Abril e a Editora Três, que, um ano antes do lançamento da Revista do Homem, havia registrado esse título em cartório: “A Abril chegou a comprar o título de uma revista quase desconhecida, ‘A revista do homem que compra’, para reforçar a propriedade da marca, mas perdeu a causa em junho de 1978” (COSTA, 2016, n. p.).

Figura 9 – Primeira capa com o nome Playboy no Brasil



Fonte: G1, 2015²³

O primeiro no frontal da revista foi publicado no ano de 1980. Até esse momento, a censura brasileira proibia mostrar seios e nádegas por completo (GIORDANO, 2012). Maria Celeste Mira (1997) traça o cenário das revistas masculinas no Brasil, no período entre 1950 e 1970, evidenciando o público-alvo ao qual cada uma era endereçada. Segundo a autora, tanto aqui quanto nos Estados Unidos, houve a divisão das revistas pornográficas entre *soft* e *hard*, distinção que também separou o público consumidor:

Enquanto as bem produzidas são chamadas de eróticas, às populares é atribuída a pecha de serem pornográficas. Embora tanto o erotismo como a pornografia tematizem sempre a sexualidade, por sua origem etimológica – escritos sobre a vida das prostitutas – "pornografia" tem sempre uma conotação mais vil, mais baixa. (MIRA, 1997, p. 175)

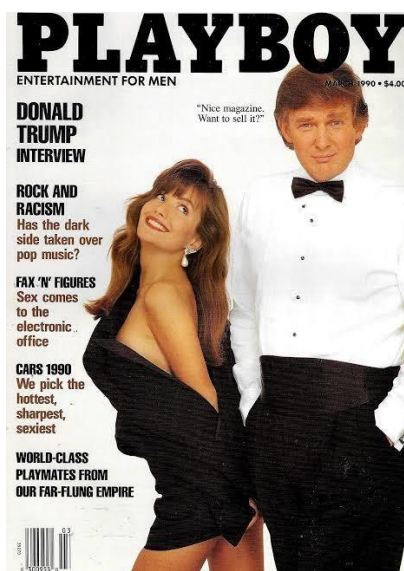
Giordano (2012) aponta que, desde o seu surgimento, o público-alvo da Playboy era o homem branco, heterossexual, de classe média e alta, urbano e moderno. No primeiro número da Revista do Homem, o fundador do Grupo Abril, Victor Civita, escreveu uma nota editorial, expressando que o homem brasileiro contemporâneo precisava de uma revista que atendesse ao seu "lazer, no seu

²³ Disponível em:

<http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/12/revista-playboy-sera-relancada-no-brasil-com-fotos-de-mulheres-nuas.html>. Acesso em: 22 fev. 2022.

prazer intelectual e também profissionalmente” (CIVITA, 1975 *apud* GIORDANO, 2012, p. 156). Com o propósito de dividir a revista entre fotografia de mulheres nuas e reportagens com conteúdo nas áreas de política, negócios, esporte, ciência, arte, moda, cinema, literatura, viagens e humor, a Playboy tornou-se um símbolo do homem cosmopolita. A fórmula da Playboy brasileira consistia em selecionar para suas capas mulheres com notoriedade em suas carreiras, como modelos, atrizes e bailarinas (GIORDANO, 2012). Assim, por aqui a revista apresentava exclusivamente mulheres em suas capas, enquanto, em alguns países, a Playboy abriu exceções para estampar personalidades masculinas (Figura 10).

Figura 10 – Playboy norte-americana com Donald Trump, março de 1990



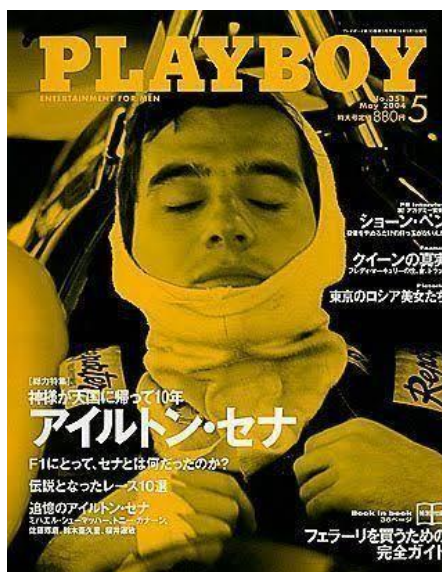
Fonte: Mail Online, 2017²⁴

Na Playboy norte-americana, dez celebridades masculinas ilustraram as capas da revista, acompanhados de *Playmates*; apenas dois homens estamparam-na sozinhos: a primeira vez, em 2017, ocasião na revista qual estampou Hefner, homenageando seu falecimento, e, recentemente, em julho de 2020, com uma imagem do cantor porto-riquenho Bad Bunny. A capa da Playboy japonesa de maio de 2004 trouxe o piloto brasileiro de Fórmula 1, Ayrton Senna, em homenagem aos 10 anos de seu falecimento (Figura 11).

²⁴ Disponível em:

<https://www.dailymail.co.uk/femail/article-4821056/Cooper-Hefner-says-s-ashamed-Trump-s-Playboy-cover.html>. Acesso em: 22 fev. 2022.

Figura 11 – Playboy Japão, em homenagem aos 10 anos da morte de Ayrton Senna



Fonte: Blog José Inácio, 2014²⁵

Diferentemente da Playboy norte-americana, que era vendida por meio de assinaturas, a Playboy brasileira era comercializada em bancas de jornal, tornando-se uma mercadoria atrativa ao investir em celebridades femininas, principalmente televisivas (OLIVEIRA, 2018). Desse modo, a revista estampou diversas capas com celebridades renomadas da TV brasileira, geralmente atrizes, que, no ano da publicação, protagonizavam telenovelas, a exemplo de atrizes como Cláudia Raia (1984), Sônia Braga (1984), Maitê Proença (1987), Ângela Vieira (1999), Vera Fisher (2000), entre outras. Seguindo os padrões do formato norte-americano, a Playboy brasileira preocupava-se com a qualidade de suas reportagens (publicando, inclusive, entrevistas com personalidades como Ciro Gomes, Pedro Bial, Bill Gates, Sebastião Salgado e Arnaldo Jabor) e de suas fotografias (reproduzindo em suas páginas trabalhos como os de Josep Rúaix Duran, conhecido como J. R. Duran, fotógrafo renomado, ganhador de prêmios como o Abril de Jornalismo, cujo portfólio conta com trabalhos internacionais).

Até o final dos anos 1990, os números de circulação da Playboy eram altos. No entanto, no início dos anos 2000, a revista passou por uma evidente queda em suas vendas. No final do século XX, ainda era possível encontrar algumas grandes

²⁵ Disponível em: <https://joseinacio.com/2014/12/15/ayrton-senna-na-capa-da-playboy/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

celebridades nas capas, mas, no início do século XXI, a presença de celebridades de novelas era cada vez menos frequente. A expansão da internet contribuiu para o acesso gratuito à pornografia e a imagens de nudez, afetando, com o passar dos anos, a revista. Em novembro de 2015, a Editora Abril anunciou mudanças em seu portfólio, retirando a Playboy do catálogo. Em 2016, a editora *PBB Entertainment* adquiriu o licenciamento da revista no Brasil, mas a nova editora não obteve sucesso. A princípio, a revista seria publicada mensalmente, porém, passou a ter edições bimestrais a partir de junho de 2016, e trimestrais, a partir de 2017. No primeiro semestre de 2018, a revista já não era mais impressa e passou a ser disponibilizada apenas no formato digital.

Em 2016, a Playboy norte-americana também passou por reformulações. O diretor de conteúdo, Cory Jones, e o diretor executivo da empresa, Scott Flanders, decidiram que a Playboy pararia de publicar imagens de mulheres nuas, na tentativa de agradar o público jovem, que tinha acesso a esses conteúdos via internet:

Agora, todo adolescente tem um telefone conectado à internet. Revistas pornográficas, mesmo aquelas tão célebres como a Playboy, perderam seu valor de choque, seu valor comercial e sua relevância cultural. (SOMAIYA, 2015, n. p., tradução nossa)

Um ano depois, a revista voltou a publicar fotografias de modelos nuas e, em 2017, após a morte de Hefner, a revista entrou em uma crise financeira. Em março de 2020, o diretor-executivo da revista, Ben Kohn, publicou um comunicado no qual anunciava que a revista passaria a ser digital:

Vamos mudar nosso cronograma para uma publicação digital de todo nosso conteúdo, incluindo a Entrevista Playboy, 20Q, o Conselheiro Playboy e, claro, nossas fotos de *Playmate*. (KOHN, 2020, n. p., tradução nossa, grifo nosso).

A revista, que chegou a circular em aproximadamente 50 países, ainda hoje é publicada em 17 deles: Holanda, Portugal, Alemanha, Rússia, Tailândia, Itália, República Tcheca, Grécia, Eslováquia, Suécia, Suíça, Ucrânia, México, Austrália, Nova Zelândia, África do sul e Japão.

5 MULHERES ADORNADAS, CORPOREIDADES JOVIAIS E BELEZA IDÍLICA

Para analisar as capas que constituem o objeto de estudo deste trabalho, empregamos o método da montagem, utilizado por Didi-Huberman para criar “novos diálogos e novos relacionamentos” (LARSSON, 2020, p. 158, tradução nossa). A fim de buscar as possíveis encarnações de Ninfa nas capas da revista, o recorte para análise foi concebido a partir de três categorias: mulheres adornadas, beleza jovial e beleza idílica. Para delinear tais categorias, foram analisadas, a partir do método de montagem, as 505 capas da publicadas pela Playboy brasileira entre os anos 1975 e 2018. A partir dessa investigação, observamos, nas mulheres estampadas na revista, aspectos relevantes que compõe a sobrevivência corpórea da Ninfa, tendo em vista que sua corporeidade imagética é composta por uma beleza inumana e idealizada, características que a tornam inacessível.

* * *

Percebendo a beleza da Ninfa como sobre-humana e sublime, identificamos essas características nas imagens das mulheres nas capas da Playboy, nos apropriando da ideia de que “as semelhanças pertencem às relações visuais abertas pelo olhar do espectador” (ZORTÉA; CAMPOS, 2021, p. 276). Ao abordar a corporeidade da Vênus de Botticelli, Didi-Huberman (2005, p. 19, tradução nossa) a define como escultórica e mineral. As mulheres estampadas nas capas da Playboy brasileira exibem uma beleza excluída dos traços humanos, tal como a corporeidade mineral; não como o mármore de Carrara das esculturas de Vênus ou na brancura da Vênus de Botticelli, mas um mármore de tom terroso. As Ninfas brasileiras são bronzeadas, mas são também de um mármore muito liso. Os corpos nas capas da revista possuem a mesma textura das Ninfas encontradas nas esculturas e pinturas: são rígidos, firmes, polidos e sem saliências. Embora as Ninfas pensadas a partir de Warburg e as Ninfas brasileiras presentes na Playboy se diferenciem em sua cor, encontramos similitudes entre as Ninfas na dureza de seus corpos. Assim como a Ninfa *warburguiana* e *didí-hubermaniana*, a Ninfa brasileira também possui um corpo esculpido e curvilíneo. O corpo nínfico é composto de uma beleza exuberante, que pode ser fatal por seu poder de sedução e perturbação. A beleza sobrenatural e

iminente da Ninfa, que supera a beleza humana, também se faz presente nos corpos das mulheres aqui apresentadas.

Em capítulo do livro *Coroas: corpo, envelhecimento, casamento e infidelidade* (2011), a antropóloga Mirian Goldenberg, em diálogo com o sociólogo Alexandre Werneck, analisam o corpo feminino na Playboy, alegando não bastar o fato de as imagens das mulheres estampadas na revista serem lindas e “gostosas”. O *status* social também era uma variável importante nessa economia desejante, ou seja, a mulher que aparecia na revista tinha de ser “interessante, bem-sucedida, ter autonomia, carreira, ser alguém” (GOLDENBERG; WERNECK, 2011, n.p.). Além disso, uma mulher que tem atributos simbólicos relevantes se torna simbolicamente gostosa ao estar na Playboy” (GOLDENBERG; WERNECK, 2011, n.p.). Aqui, mais uma vez, relacionamos as Ninfas às imagens das mulheres-modelo brasileiras estampadas na Playboy. É importante lembrar que, embora as Ninfas sejam divindades secundárias, quando deslocadas para esse tipo de revista tornam-se seres superiores - até mesmo porque, no Brasil, elas já eram tidas como personalidades poderosas e notáveis e eram escolhidas justamente em função disso (GOLDENBERG; WERNECK, 2011).

A sobrevivência imagética da Ninfa também pode ser encontrada aqui por intermédio dos acessórios em movimento que as imagens das mulheres nas capas selecionadas apresentam. Os cabelos ao vento, o drapeado, a dureza da carne e o corpo escultórico que parece impenetrável são elementos que igualmente se manifestaram em algumas das capas elegidas para o estudo. Contudo, a Ninfa da contemporaneidade adensa outros atributos, de modo que seu corpo é ainda mais idealizado. Dentre eles, citamos a tatuagem, os implantes de prótese de silicone nos seios e a beleza jovial, características que desempenham o papel de embelezar os corpos e promover uma beleza inatingível. Na *Encyclopedia of Body Adornment* (2007), a antropóloga Margo DeMello afirma que as práticas de adorno e de modificações corporais na sociedade contemporânea são signos de status social. De acordo com a autora,

corpos elegantes são jovens, magros e bonitos, e, quando as formas comumente praticadas de adorno e modificação (como dieta, maquiagem e penteado) não podem atingir essas características, modificações mais

extremas estão disponíveis para aqueles que podem pagá-las (DEMELLO, 2007, p. 19, tradução nossa).

As Ninfas contemporâneas encontradas nas capas da Playboy não descartam os antigos elementos (o drapeado no panejamento, a brisa imaginária e os cabelos ao vento). Contudo, estas ganham também novos ornamentos considerados fundamentais na construção do corpo feminino venusto, conforme explanaremos nas categorias abaixo.

5.1 Mulheres adornadas

Compreendendo o adorno como um acessório capaz de favorecer a beleza e estimular a sedução, a exemplo dos acessórios em movimento da obra de Botticelli descritos por Warburg, as capas de Susane Alves (1999) e Joana Prado (1999) foram selecionadas para representar os adereços e adornos, tais como tatuagens e alguns acessórios. Das quatro capas nas quais há mulheres utilizando acessórios no rosto (03/1999, 12/1999, 04/2001, 12/2015), as escolhidas foram os exemplares mais vendidos na história da revista no Brasil, conforme as Figuras 12 (Joana Prado, 1,25 milhão) e 13 (Susane Alves, 1,22 milhão), anteriormente mencionadas.

Figura 12 – Joana Prado – 12/99



Fonte: Blog Inside Playboy Brasil, 2020²⁶

²⁶ Disponível em: <https://insideplayboybr.wixsite.com/ipbr/1990-1999>. Acesso em: 22 fev. 2022.

Figura 13 – Suzana Alves, 03/99



Fonte: Blog Inside Playboy Brasil, 2020²⁷

Os efeitos ornamentais presentes nessa categoria advém de adornos cujo uso visa tornar essas mulheres mais sensuais, desejadas e, portanto, mais idealizadas, assim como as Ninfas. DeMello (2007) considera que os adornos têm papel fundamental na função de embelezar os corpos pois, devido à importância da beleza, pessoas ao redor do mundo e de todas as culturas buscam embelezar o corpo. Para a antropóloga, “o adorno corporal refere-se à prática de melhorar fisicamente o corpo ao modelar e decorar o cabelo, pintar e embelezar as unhas, usar maquiagem, pintar o corpo, usar joias e usar roupas” (DEMELLO, 2007, p. 16 tradução nossa).

No que tange às tatuagens como elemento de adorno no corpo feminino, Ariane Ellerbrok, em sua dissertação de mestrado, intitulada *Negotiation and resistance: The female tattooed body* (2008), aborda a construção de significados da tatuagem em mulheres. Ao realizar amplo levantamento temático e entrevistas junto a estudantes de uma universidade em Ontário, no Canadá, a autora observou como a tatuagem feminina passou a ser interpretada no contexto da sexualidade. Ellebrok aponta que, para o sociólogo Clinton Sanders, a prática da tatuagem é como ferramenta de sedução, uma espécie de presente íntimo sexual: “as mulheres muitas vezes desejam embelezar seus corpos por meio da tatuagem como uma forma de se apresentarem como sexualmente atraente para o parceiro”

²⁷ Disponível em: <https://insideplayboybr.wixsite.com/ipbr/1990-1999>. Acesso em: 22 fev. 2022.

(ELLERBROK, 2008, p. 8, tradução nossa). Ellerbrok (2008) discorre em sua pesquisa acerca das tatuagens que estão associadas à sedução – tópico significativo para compreendermos a tatuagem como prática que contribui para a construção do corpo das mulheres das referidas capas como objeto de desejo e fascinação. A partir das entrevistas, a autora observou que tatuagens com desenhos de flores e borboletas eram consideradas graciosas, ao passo que os tribais ou aqueles desenhos com traços e cores fortes foram descritos como “sexy” e associados à promiscuidade.

Observamos as características dessas tatuagens nas Figuras 14 e 15. As tatuagens de Syang (Figura 14) e Fernanda Young (Figura 15) são de cores e traços fortes, que preenchem parte de seus braços. Na capa de Syang, a revista enfatiza de forma explícita essas características (“selvagem, sarada e sensual”). Ressaltamos também que a capa de Syang foi a primeira a estampar uma mulher com diversas tatuagens e mais aparentes, conforme a legenda “Quer ver minhas outras tatoos?”.

Figura 14 – Syang, 11/02



Fonte: Blog Inside Playboy Brasil, 2020²⁸

²⁸ Disponível em: <https://insideplayboybr.wixsite.com/ipbr/2000-2009>. Acesso em: 22 fev. 2022

Figura 15 – Fernanda Young, 11/09



Fonte: Blog Inside Playboy Brasil, 2020²⁹

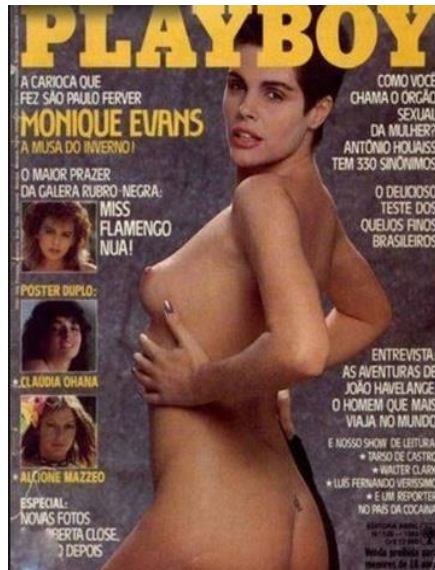
Ellebrok (2008) expõe ainda a existência de outros fatores sociais que indicam uma tatuagem como “sexy”, como, por exemplo, o local da tatuagem:

Enquanto um tribal de traço forte e escuro em um dos braços da mulher seria muito mais propenso a ser interpretado como resistente, e, portanto, “masculino” (Angie, 28 anos), o mesmo trabalho tribal em um local escondido e em uma área tipicamente sexualizada, como o torso de uma mulher (quadril, lado, parte inferior das costas) é mais provavelmente visto como sexy ou indicativo de um “lado selvagem”. (ELLEBROK, 2008, p. 54, tradução nossa).

As tatuagens de Monique Evans (Figura 16), Cleo Pires (Figura 17) e até mesmo de Joana Prado (Figura 14) possuem essa característica “sexy”, decorrente de suas localizações em partes do corpo menos visíveis (Monique Evans e Joana Prado) e, nesse sentido, consideradas mais sensuais, como quadril e coxas (a exemplo das tatuagens de Cleo Pires).

²⁹ Disponível em: <https://insideplayboybr.wixsite.com/ipbr/2000-2009>. Acesso em: 22 fev. 2022.

Figura 16 – Monique Evans, 07/85



Fonte: Blog Inside Playboy Brasil, 2020³⁰

Figura 17 – Cleo Pires, 08/10



Fonte: Blog Inside Playboy Brasil, 2020³¹

Com base nessas descrições, observamos que tatuagens localizadas em partes específicas do corpo feminino têm o poder de torná-lo sensual e erótico. Ellerbrok (2008) aponta, ainda, que diversos estudos levantam a hipótese de que as modificações nos corpos femininos estão relacionadas a uma coerção ideológica que induz ao papel de feminilidade, sendo relevante considerar que “as regras em

³⁰ Disponível em: <https://insideplayboybr.wixsite.com/ipbr/1980-1989>. Acesso em: 22 fev. 2022.

³¹ Disponível em: <https://insideplayboybr.wixsite.com/ipbr/2010-2017>. Acesso em: 22 fev. 2022.

torno da tatuagem feminina refletem esse tipo de coerção ideológica” (p. 79, tradução nossa). Entretanto, a autora pondera que, para as tatuagens estarem associadas à feminilidade, são considerados fatores como a seleção das tatuagens e de suas inscrições em áreas específicas do corpo.

Considerando o adorno como elemento importante na construção corpórea da Ninfa, observamos que os ornamentos compostos nessa categoria contribuem para tornar o corpo feminino mais erótico e idealizado. A corporificação da Ninfa pode também estar associada ao erotismo e, nas mulheres das capas selecionadas, as tatuagens e os acessórios exercem uma potência erótica em seus corpos. Conforme já citado, diversos autores comentam o poder de sedução da Ninfa, capaz de provocar o desejo sexual. Didi-Huberman (2013, p. 226), ao versar sobre a força expressiva da Ninfa, alega que ela

erotiza [...] o combate dos seres uns com os outros. Depois, acaba reunindo tudo isso em seu próprio corpo: torna-se, ela mesma, um debate, uma luta íntima de si para consigo, um nó de conflito e desejo impossível de desatar, uma síntese transformada em marca.

Os belos corpos erotizados via adornos nas capas da Playboy se conectam às Ninfas por uma *Pathosformel* carregada de desejo. Conforme explica Paskaleva (2016, n.p., tradução nossa),

o *Pathosformel* da Ninfa assume uma posição em um nível superior quando comparado ao outro *Pathosformel*: ela poderia ser interpretada não apenas como uma expressão de exaltação e triunfo, ou seja, como um instrumento nas mãos do sujeito coletivo ou individual de expressão, mas também um *Pathosformel* do próprio espectador: sua função não é apenas expressar a condição de estar obcecado, mas também de ser obcecado. O espectador está se tornando afetado, obcecado, profundamente tocado – e começa a desejar a fórmula em vez de entendê-la como uma expressão de um afeto externo.

Para a autora, a *Pathosformel* da Ninfa se diferencia de outras, pois ela não abrange apenas a gestualidade, mas também é uma *Pathosformel* capaz de atrair o espectador, tornando-a um objeto contemplação, fascinação e desejo.

5.2 Corporeidades joviais

As Ninfas são jovens mulheres que jamais envelhecem. Didi-Huberman (2018) ao abordar sobre a sobrevivência da Ninfa, expõe que a personagem *warburguiana* e o *Atlas Mnemosyne* possuem a mesma essência, pois ambos reúnem em si as sobrevivências. Em suas palavras, a Ninfa é capaz de “sobreviver desde a Antiguidade grega ou oriental até as atitudes, captadas pela máquina fotográfica do próprio Warburg, de uma camponesa italiana do final do século XIX ou início do século XX”. (DIDI-HUBERMAN, 2018, p. 111).

A Ninfa de corpo belo, firme e rígido desfruta de uma beleza jovial. De acordo com Campos (2016, p. 99), “nossas ninfas são jovens mulheres de corpos curvilíneos, de rostos expressivos”. A jovialidade como característica constituinte da Ninfa é também uma particularidade na *Playboy*, tanto que, das 505 capas publicadas entre os anos de 1975 a 2018, somente 13 são com mulheres que posaram para a revista aos 40 anos de idade ou mais. Entretanto, as personalidades maduras estampadas nas capas da revista chamam a atenção por sua beleza “conservada”.

O corpo velho e enrugado da mulher é socialmente desaprovado, uma vez que a beleza, ligada à juventude, é altamente valorizada e estabelecida como padrão normativo. Paula Sibilia (2011, p. 100), ao discorrer sobre envelhecimento, aponta que “no império da cultura audiovisual hoje triunfante, a catástrofe se estampa nos traços visíveis do envelhecimento, que se consideram marcas de fraqueza ou sinais de uma derrota e, por tal motivo, seriam moralmente condenáveis”.

Como já citado, os corpos estampados na revista são hegemônicos, e os das mulheres acima dos 40 anos não são diferentes. Desse modo, como critério de seleção para essa categoria, foram escolhidas capas de mulheres que posaram para a revista em dois períodos diferentes, antes e depois dos 40 anos de idade. Nas capas com Vera Fischer (1982/2000), Luma de Oliveira (1988/2005) e Claudia Ohana (1985/2008), observamos a permanência da jovialidade nos dois períodos. A pele lisa e o corpo curvilíneo resistem ao intervalo de tempo, como demonstram as figuras 18, 19 e 20.

Figura 18 – Vera Fischer, 1982 e 2000 (31 e 49 anos)



Fonte: Blog Inside Playboy Brasil, 2020³²

Figura 19 – Luma de Oliveira, 1988 e 2005 (21 e 45 anos)



Fonte: Blog Inside Playboy Brasil, 2020³³

³² Disponível em <https://insideplayboybr.wixsite.com/ipbr>. Acesso em: 22 fev. 2022

³³ Disponível em: <https://insideplayboybr.wixsite.com/ipbr>. Acesso em: 22 fev. 2022

Figura 20- Claudia Ohana, 1985 e 2008 (22 e 45 anos)



Fonte: Blog Inside Playboy Brasil, 2020³⁴

A beleza que ultrapassa as características humanas está presente nas referidas capas. Roland Barthes, ao abordar sobre a estética do liso em seu livro *Mitologias* (2009, p. 152), considera que “a lisura é sempre um atributo da perfeição, porque seu contrário trai a operação técnica e essencialmente humana”. Mas, afinal, poderia a jovialidade de Vera Fischer, Luma de Oliveira e Claudia Ohana sobreviver intacta por mais de 10 anos?

Em entrevista ao jornal Folha de São Paulo, publicada em 01 de setembro de 2013, Sérgio Picciarelli, ex-editor de imagens da Playboy entre os anos de 1999 e 2012, alegou que sofria pressão para tratar as imagens a serem veiculadas e que seus superiores sempre pediam para colocar “mais peito nesta, menos cintura na outra, cor de batom mais vibrante” (PICCIARELLI, 2013). Na revista, Picciarelli ficou conhecido como “Ivo Pitanguy do Photoshop” devido às intervenções que realizava nos corpos das mulheres. Isto posto, é evidente que as fotografias passavam por uma revisão que garantia a beleza perfeita e idealizada.

Goldenberg (2011) analisa os efeitos do *Photoshop* nos corpos das mulheres que aparecem na Playboy brasileira, discutindo como esse *software* promove um aspecto pouco real desses corpos, eliminando deles quaisquer vestígios de “imperfeição”. Na percepção da autora, o referido *software* tem a função de

³⁴ Disponível em: <https://insideplayboybr.wixsite.com/ipbr>. Acesso em: 22 fev. 2022

esconder o verdadeiro corpo da mulher, já que, “de certa forma, o *Photoshop* veste a mulher, ao despi-la de suas rugas, estrias, celulites, manchas. Ele cria uma nova pele para a nudez feminina, que parece ser completamente lisa e *imaculada*” (GOLDENBERG, 2011, n. p., grifo nosso).

Em *Vênus Rajada*, Didi-Huberman (2005), ao discorrer sobre a Vênus de Botticelli, define-a como ambígua e dialética, *Celestialis* e *Naturalis*, pudica e vulgar, discordando do pensamento do historiador de arte inglês Kenneth Clark, que, baseado no pensamento de Platão, considera a existência de duas Vênus na mitologia da Antiguidade Clássica. Clark distingue dois tipos de nudez na pintura, diferenciando estar “despido” de estar “nu”:

To be naked (estar despido) emprega-se no sentido de estar desprovido de roupas, e a palavra implica a ideia de um certo embaraço, o impudor que a maior parte das pessoas sente nessa situação. Pelo contrário, a palavra *nude* (nu) não contém em si, na aplicação culta, qualquer ideia de desconforto ou impudor. A vaga imagem que ela projecta não é a dum corpo em situação pouco normal, e indefinidamente desprotegido, mas sim a do corpo equilibrado, pujante e como consciente de sua própria razão de ser: o corpo recriado. (CLARK, 1956, p. 25).

Para Clark, a Vênus de Botticelli é Celestial e seu corpo nu é uma “forma moralmente inofensiva” (DIDI-HUBERMAN, 2005, p. 23). No entanto, para Didi-Huberman não é possível separar a Vênus de Botticelli de sua nudez, pois essa separação a sintetizaria apenas em uma Vênus Celestial, e, para ele, perante a imagem de Vênus, não estamos livres do desejo. Portanto, mesmo que o *Photoshop* produza uma segunda pele para a nudez e a deixe com a aparência imaculada, ela ainda é uma nudez erótica, incapaz de ser dessexualizada, conforme sustentam Campos e Flores (2018, p. 256):

a roupagem por sobre a nudez de Vênus não impede Georges Didi-Huberman de continuar olhando a imagem. Talvez um dos grandes ensinamentos dele seja justamente a insistência e a inquietude do olhar. O olhar atento, repetitivo e insistente diante da imagem.

Os corpos jovens, perfeitos e ideais propostos pela Playboy se assemelham aos das Ninfas, que “são capazes de outras vidas, outros corpos, outras imagens” (ZORTÉA; CAMPOS, 2021, p. 277). A textura lisa da pele está proporcionalmente associada à beleza e à jovialidade, características que têm o poder de encobrir o

envelhecimento. Byung-Chul Han (2015, n. p.), ao versar sobre a estética do liso em *A salvação do belo*, descreve-o como convidativo ao toque e menciona o pensamento de Edmund Burke, que considera que a beleza é acima de tudo lisa. Para Han (2015, n. p.), se a lisura se confirma como

uma causa principal de agrado para o tato, o gosto, o olfato e o ouvido, será necessário reconhecê-la também como uma das bases da beleza visual, sobretudo uma vez que mostrámos que tal qualidade se pode encontrar, quase sem exceção, em todos os corpos que unanimemente se consideram belos.

A sobrevivência da Ninfa pode ser indicada nas referidas capas dessa categoria por meio da corporeidade, não na expressão e nem na postura, mas, sim, em outros elementos que compõem seu corpo em um corpo não humano - afinal, a corporeidade da Vênus de Botticelli é composta por um nu admirável, um corpo que “parece ser de um mármore muito liso e muito frio” (DIDI-HUBERMAN, 2005, p. 19, tradução nossa). O corpo nínfico não possui características humanas, é um corpo transcendental, monumental, perfeito, ideal (CAMPOS; FLORES, 2018) e não há nada mais humano que a imperfeição.

5.3 Beleza Idílica

Para compor esta categoria, elegemos o implante de silicone nos seios como elemento com poder de tornar o corpo mais desejoso. Portanto, as capas selecionadas são de mulheres que posaram antes e depois do implante (Figuras 21, 22 e 23).

Figura 21 – Dany Bananinha, 2001 e 2004



Fonte: Blog Inside Playboy Brasil, 2020³⁵

Figura 22 – Sheila Carvalho, 1998 e 2000

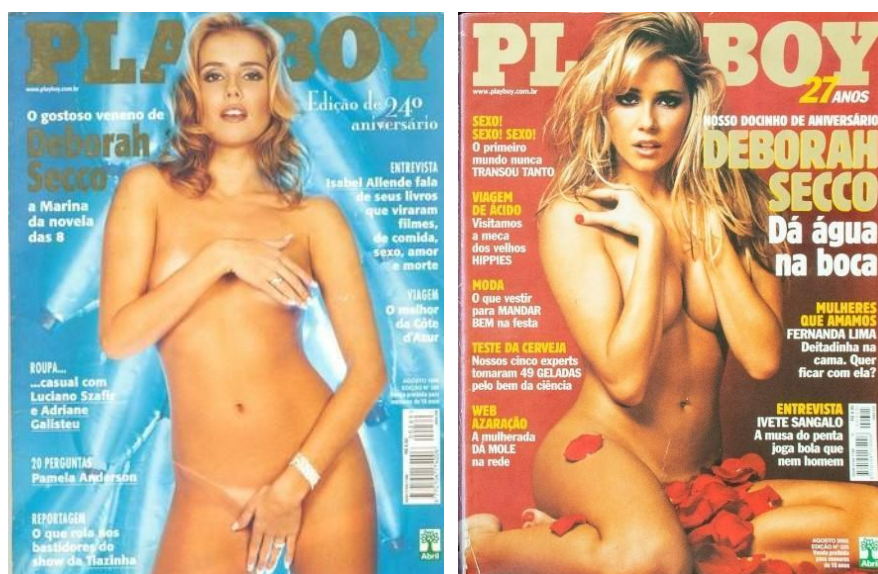


Fonte: Blog Inside Playboy Brasil, 2020³⁶

³⁵ Disponível em: <https://insideplayboybr.wixsite.com/ipbr>. Acesso em: 22 fev. 2022.

³⁶ Disponível em: <https://insideplayboybr.wixsite.com/ipbr>. Acesso em: 22 fev. 2022.

Figura 23 – Deborah Secco, 1999 e 2002



Fonte: Blog Inside Playboy Brasil, 2020³⁷

Para DeMello (2007), as mulheres que utilizam recursos para aumentar seus seios estão, geralmente, inseridas em sociedades nas quais o seu tamanho está conectado à beleza feminina e ao apelo sexual. Goldenberg e Werneck (2010) discutem, em *O nu em evidência: as formas de legitimação de “O Corpo” como capital*, os atributos que as mulheres deveriam ter para posar na Playboy. Segundo eles, as mulheres deveriam ter, em relação às características físicas, um “conjunto de atributos físicos associados a um certo padrão de beleza consagrado e legitimado” (GOLDENBERG; WERNECK, 2010, p. 138). Na história recente, a prótese de silicone se tornou um dispositivo essencial para uma mulher ser considerada “gostosa”.

Naomi Wolf (2018), em *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*, considera que determinadas partes dos corpos femininos - como seios, coxas, nádegas e ventre - são, do ponto de vista sexual, os locais mais relevantes, de maneira que as mulheres se tornam obcecadas em manter essas partes longe da “feição”. Para a autora, essas áreas do corpo feminino são as “partes mais profanadas pela pornografia pesada. As partes que os cirurgiões plásticos mais operam. As partes que produzem filhos e os amamentam; as que têm sentido sexual” (WOLF, 2018, n.p.).

³⁷ Disponível em: <https://insideplayboybr.wixsite.com/ipbr>. Acesso em: 22 fev. 2022.

O implante de silicone nos seios está associado, também, à manutenção do corpo jovem. Wolf (2018) considera que os únicos seios naturais que podem ser firmes e empinados são os de uma adolescente. Por isso, muitas mulheres recorrem ao implante de silicone, pois “esses seios são a reconfortante garantia da extrema juventude” (WOLF, 2018, n.p.). DeMello (2007, p. 49, tradução nossa), igualmente, aponta que os implantes de silicone são uma forma de “alcançar ou manter um corpo jovem pelo maior tempo possível”.

O corpo feminino jovem, sensual e belo das mulheres na Playboy, assemelha-se mais uma vez às características da Ninfa. O implante de silicone é um modo de tornar o corpo feminino ideal, haja vista que o “ideal” se tornou, afinal, totalmente inumano” (WOLF, 2018, n.p.). As mulheres presentes nas capas dessa categoria já eram jovens, bonitas e desejadas antes mesmo de passar pelo procedimento estético. Mas, a partir do momento em que elas utilizam de recursos para aumentar os seios, a beleza se intensifica, já que, como vimos, o implante de silicone estabelece relação com a sexualidade e a jovialidade.

A Ninfa capaz de sobreviver e reaparecer através dos tempos, ressurgiu nas capas da Playboy com novos elementos, mas com o mesmo poder de fascinação e perturbação. As transformações corpóreas da Ninfa não afetam sua capacidade de seduzir, elas atravessam o tempo como uma aparição atemporal que nunca perde sua potência em transtornar e assombrar.

6 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo, objetivamos responder se os resultados alcançados pela pesquisa correspondem aos objetivos definidos previamente. Nosso ponto de partida foi a coleta de definições sobre a *Pathosformel* da Ninfa para, em seguida, analisar as imagens através do método de montagem. Uma grande contribuição para este estudo foram as análises de Campos, que encontrou a sobrevivência da Ninfa em diferentes tempos e lugares, de corpos de *pin-ups* a azulejos. Dessa maneira, junto às demais pesquisas sobre o tema da Ninfa, conseguimos explorá-la, estudar sua polaridade e, ainda, identificar a fórmula de *páthos* sobrevivente da Ninfa e as modificações nela ocorridas na atualidade.

* * *

Constatamos, a partir do referencial teórico apresentado, que a Ninfa é uma imagem corpórea metamórfica, capaz de sobreviver e de reaparecer. A Ninfa, como imagem sobrevivente, foi para Warburg “um elemento constante e central em seu pensamento, vida em movimento que transportava com graça materiais engramáticos de um momento histórico a outro” (SZIR, 2019, p. 24, tradução nossa). A personagem feminina que atravessa o tempo é dialética, tornando impossível contê-la em uma única definição. Sua polaridade contribui para seus inúmeros significados, ela é Salomé e Judite, Gradiva e Vênus, uma deusa pagã e uma *pin-up*. Belas, jovens, formosas e diabólicas, as Ninfas são

humanas e espirituais, mas não partem de nenhuma das duas premissas. Comem e bebem como os homens, movimentam-se como os espíritos. Criaturas particulares, uma mistura entre duas naturezas diversas – algo como um “doce e ácido”. Sua gestualidade, sua linguagem, suas vestes e sua sabedoria as tornam visivelmente humanas. Não têm alma, não são imortais. A dicotomia das ninfas consiste na ausência daquilo que torna o humano, humano, a ausência da alma e presença da morte (CAMPOS, 2014, p. 185).

Embora dialética, buscamos evidenciar neste trabalho a Ninfa como uma personagem que constrói a sensualidade visual feminina. Dos resultados obtidos nesta pesquisa, pode-se deduzir que o desejo é um dos elementos fundamentais que constituem a Ninfa. Apesar de Warburg não ter apontado a figura da Ninfa como

objeto de desejo, seu interesse por ela sugere como a Ninfa é capaz de seduzir e perturbar. Outros autores, aqui abordados, como Didi-Huberman, Forster, Pedersoli, Sacco, Campos e Roque, corroboram a percepção da Ninfa como uma personagem sedutora, que fascina e causa deslumbramento.

As Ninfas são muito mais que objetos de desejo, e não pretendemos reduzi-las a essa característica. Entretanto, elas são capazes de produzir esse efeito ao reaparecerem e encarnarem em diferentes personagens, em diferentes corporeidades. Campos (2014) explana que, para o historiador de arte David Freedberg, a *Vênus de Urbino*, de Tiziano, pode ser considerada a primeira *pin-up*, enquanto para outro historiador de arte, Daniel Arasse, a única semelhança entre a obra de Tiziano e uma *pin-up* é o fato de que elas foram feitas para serem colocadas na parede. No entanto, Campos (2014, p. 330) ressalta que

muitas coisas separam aquele nu feminino dos nus impressos em revistas como a *Lui* e a *Playboy*. Talvez devamos ensaiar o caminho inverso. A *pin-up* é uma imagem muitíssimo diferente da *Vênus de Tiziano*. Todavia, na longa duração, elas se encontram, não pelo gênero imagético em questão, mas pelo seu poder de suscitar desejo. A *pin-up* é uma destas tantas imagens de longa vida capazes de seduzir e de causarem deleite aos que as olham.

Assim como as Ninfas apresentadas por Warburg, as mulheres das capas da revista *Playboy* também provocam desejo. Diante das imagens analisadas, a *Pathosformel* sobrevivente na Ninfa é encontrada nas mulheres das capas da revista por meio do corpo de beleza sublime e inatingível. Através da montagem realizada, a fim de analisar as imagens selecionadas para esta pesquisa, constatamos que o desejo é um elemento constitutivo da *Pathosformel* da Ninfa e sua sobrevivência se dá por meio dele.

Para além de uma figura associada ao desejo, constatamos que a Ninfa é uma imagem em movimento. Figura que vem de longe e não cessa de reaparecer, a Ninfa é uma imagem anacrônica que atravessa o tempo e ressurgem em diferentes corpos e temporalidades. Presumimos que, graças à sua sensualidade, a imagem da Ninfa nunca deixa de nos visitar, remodelada e transformada. De acordo com Sacco (2016, p. 45, tradução nossa) “a Ninfa é de fato uma figura excêntrica e transversal, que atravessa diferentes disciplinas reproduzindo a mesma transversalidade da matéria mítica”.

Ao analisarmos as 18 capas presentes nas categorias “mulheres adornadas”, “beleza jovial” e “beleza idílica”, encontramos elementos da Ninfa já identificados a partir dos estudos de Warburg. Observamos a sobrevivência de elementos que constituem o corpo nínfico, tal como a juventude, a pele rígida e sem aspereza, os cabelos em movimento, a beleza inumana e os ornamentos, que remetem às imagens de Ninfas coletadas e expostas por Warburg em seu atlas Mnemosyne (Figura 24).

Figura 24 – Painel 39 do Bilderatlas Mnemosyne de Warburg



Fonte: The New York Times, 2020³⁸

³⁸ Disponível em: <https://www.nytimes.com/2020/05/14/arts/design/aby-warburg-memory-atlas.html>. Acesso em 22. jan, 2022

Ao analisarmos a possível sobrevivência imagética da Ninfa nas mulheres das capas da Playboy, atentamos que as transformações corporais ocorridas, como as tatuagens e os implantes de silicone, se incorporam aos elementos sobreviventes.

A respeito das categorias, no que se refere ao adorno especificamente, percebemos que este ganha nova característica na Ninfa contemporânea. Na Ninfa clássica de Warburg, o ornamento existia através do drapeado, da ondulação das vestes da Ninfa ou até mesmo dos acessórios que compunham suas vestes. As Ninfas encontradas neste trabalho recebem um novo adorno, em especial a tatuagem, que, na contemporaneidade, se tornou um recurso para tornar o corpo mais sedutor, conforme explica o estudo de Ellerbrok (2008). Assim, nessa categoria, encontramos dois tipos de adornos: os adereços, conforme os exibidos nas capas de Joana Prado (12/99) e de Tiazinha (03/99), e as tatuagens, ilustradas nas capas de Joana Prado (12/99), Syang, (11/02), Fernanda Young, (11/09), Monique Evans, (07/85) e Cleo Pires (08/10).

Já nas categorias “beleza jovial” e “beleza idílica”, observamos elementos sobreviventes da Ninfa indicados a partir de Warburg. A juventude e a beleza inumana são características fundamentais da Ninfa, as quais se manifestam nas imagens das mulheres que estampam as capas da revista. Para elucidar como a Ninfa se mantém jovem, comparamos, por meio da montagem, as capas das atrizes e modelos Vera Fischer (1982 e 2000), Claudia Ohana (1985 e 2008) e Luma de Oliveira (1988 e 2005). Ainda que exista um intervalo de anos entre uma capa e outra, notamos a permanência de um corpo jovem, rígido e impecável, assim como a corporeidade das Ninfas. O mesmo ocorre no caso da beleza idílica, pois as mulheres que representam essa categoria estamparam as capas em dois momentos diferentes e reapareceram ainda mais sedutoras, ao realizar, dentre outros procedimentos de cunho estético, o implante de silicone nos seios. As mulheres recorrem a este recurso, que surge na contemporaneidade, para, além de conservar a aparência jovem, tornar o corpo ainda mais desejável, conforme apontado por DeMello (2007), Goldenberg e Werneck (2010) e Wolf (2018).

A imagem da Ninfa, sobrevivente por excelência, não deixa de retornar, mesmo que alterada devido às transformações temporais e culturais, pois “a imagem é o encontro do que sobrevive com a novidade, da permanência com a ruptura, do

Outrora com o Agora” (CAMPOS, 2014, p. 171). De caráter ambivalente e de conduta fantasmal, a Ninfa é um ser fluido, inacessível e volátil. Uma imagem que assombra por sua capacidade de metamorfose e de encarnar em uma multiplicidade de figuras femininas, trazendo consigo sua força sedutora e carga erótica. Dado que a Ninfa sempre retorna, a princípio pode não parecer que há um motivo para seu constante ressurgimento. Contudo, ao analisarmos como objeto de desejo e aporte para a idealização da sensualidade feminina, podemos dizer que tais características fazem com que a figura da Ninfa se manifeste nas imagens de belas e sedutoras mulheres. Como criatura erótica e com poder de perturbação, a Ninfa sobrevive, por meio do desejo, nas imagens de jovens mulheres de extrema beleza e sensualidade.

Logo, podemos afirmar que a figura da Ninfa como imagem sobrevivente é influenciadora da forja visual da sensualidade feminina, já que esta é considerada um ser sedutor, cuja beleza sublime que estimula o desejo. Portanto, a *Pathosformel* da sensualidade da Ninfa pode ser indicada nas capas da revista Playboy brasileira, na qual percebemos elementos sobreviventes. No entanto, há também interferências e novas características em sua corporeidade, decorrentes das mudanças provocadas pelo tempo e por novos valores incorporados à sociedade.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, por meio dos conceitos de *Nachleben* e *Pathosformel*, procuramos analisar a figura da Ninfa como uma força capaz de idealizar a mulher. Para estudar a Ninfa como potência impulsionadora na construção visual da sensualidade feminina, foi necessário escavarmos a imagem, atentando para o que não era imediatamente visível. Para realizar essa análise arqueológica, procuramos os fragmentos da Ninfa nas mulheres das capas da Playboy e notamos como a construção corpórea dessas mulheres é constituída por elementos sobreviventes da Ninfa clássica e de elementos do contemporâneo, como a tatuagem e o implante de silicone, que tem potencial para produzir o corpo nínfico.

Mediante o referencial teórico apresentado, compreendemos que a Ninfa não necessariamente se manifesta em sua forma literal, mas pode surgir a partir de elementos, tais como o movimento dos cabelos ou das vestes, a rigidez que faz alusão à seu corpo, a sensualidade e eroticidade. Atentamos que a figura da Ninfa, principalmente nas pesquisas de Didi-Huberman e Campos, apresenta-se fragmentada: sua forma de aparição pode se dar por meio do drapeado de suas vestes, dos cabelos ao vento, dos pés descalços e ligeiramente levantados, da dureza e lisura de sua pele, da sua jovialidade, ou até mesmo do desejo, efeito que integra sua *Pathosformel*. Ao nos aprofundarmos e abriremos a imagem da Ninfa, percebemos que os componentes de sua *Pathosformel* são pujantes: tão potentes que apenas um elemento da Ninfa é capaz de provocar sua manifestação na imagem.

A partir deste estudo, constatamos que as mulheres das capas da revista abarcam muitos elementos da Ninfa clássica. Elas contêm, por exemplo, uma *Pathosformel* que vem de longe, isto é, dos resquícios da tradição clássica, combinados com novos elementos da contemporaneidade. A partir da leitura de Warburg e dos autores que seguem sua linha de investigação, evidenciamos que a figura da Ninfa não cessa de reaparecer em diferentes formas. Ela está sempre em trânsito, entre a personagem erótica e imaculada, sensível e perversa, uma divindade e uma simples mulher. Ela não tem padrão fixo, sua forma não se repete.

A *Pathosformel* da Ninfa ressurgue com variações, sempre remodelada e adaptada à época em que se manifesta.

As mulheres estampadas nas capas aqui apresentadas possuem uma beleza sublime, vinculada ao desejo. Essas mulheres - atrizes, modelos, dançarinas, cantoras e apresentadoras - traduzem a feminilidade em movimento. Diferentes mulheres, todas portadoras de elementos ninficos. Syang, Fernanda, Monique, Susana, Cleo, Luma, Claudia, Vera, Debora, Sheila, Dani e Joana. Mulheres objetos de desejo, assim como a Ninfa. Responsáveis por causar perturbação, essas mulheres se tornam uma só ao compartilharem os fragmentos da Ninfa em sua corporeidade, carregando a sensualidade que advém da Ninfa.

Empenhamo-nos, portanto, para indicar como a Ninfa pode ser um possível aporte na idealização da sensualidade em figuras femininas. Observamos que a figura da Ninfa possui uma força capaz de sobreviver e aparecer de forma inesperada. Com base nessa análise, podemos dizer que o caminhar da Ninfa é interminável e fascinante de se perseguir. Assim, como sugestão para pesquisas posteriores, acreditamos que seja significativo questionar: Qual outra qualidade ou efeito a Ninfa é capaz de forjar? Onde mais podemos encontrar sua sobrevivência, seus fragmentos, seus elementos? Em quais outras corporeidades ou lugares não óbvios ela poderia estar? Seriam os fragmentos da Ninfa capazes de tornar uma arquitetura visualmente deslumbrante? Em quais outros tipos de corpos providos de beleza e graça a Ninfa poderia ser encontrada?

A Ninfa, espírito elementar antigo, uma figura que vem de um tempo distante, com potencial para atravessar o espaço e o tempo. Uma figura sobrevivente, seja em sua forma integral, seja por seus elementos, é responsável por causar efeito naqueles que as veem. A personagem infinita que flutua entre o passado e o presente é ambivalente e nos faz questionar: Onde mais essa figura dúbia poderia reaparecer?

REFERÊNCIAS

AGAMBEN, Giorgio. **Ninfas**. Tradução: Renato Ambrosio. São Paulo: Hedra, 2012.

ALVES, Suzana. A mulher é mais interessante sem máscaras, diz Suzana Alves sobre cabelos grisalhos na quarentena. [Entrevista concedida a] Thiago Baltazar. **Vogue**, São Paulo, 23 jun. 2020. Disponível em: <https://vogue.globo.com/celebridade/noticia/2020/06/mulher-e-mais-interessante-sem-mascaras-diz-suzana-alves-sobre-cabelos-grisalhos-na-quarentena.html>. Acesso em: 11 set. 2021.

BARNEY, Chico. Luciano Huck teria chegado onde chegou sem Tiazinha e Feiticeira? **Uol**, São Paulo, 31 ago. 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/colunas/chico-barney/2021/08/31/luciano-huck-teria-chegado-onde-chegou-sem-tiazinha-e-feiticeira.htm>. Acesso em: 11 set. 2021.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Tradução: Rita Buongiorno, Pedro de Souza e Rejane Janowitz. Rio de Janeiro: Editora DIFEL, 2009.

BATISTA JUNIOR, João. Suzana Alves: da fama repentina ao isolamento da depressão. **Veja**, São Paulo, São Paulo, 1 jun. 2017. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cidades/tiazinha-suzana-alves-perfil-carreira/>. Acesso em: 10 set. 2021.

CAMPOS, Daniela Queiroz. **Entre o eucronismo e o anacronismo**: percepções da imagem na coluna Garotas do Alceu. Tese (Doutorado em História). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/129369/327581.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 20 ago. 2021.

CAMPOS, Daniela Queiroz. Ninfa: a criatura fluída. **Revista Concinnitas**, v. 1, n. 28, p. 473-478, 2016. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/concinnitas/article/view/25935>. Acesso em 28 ago. 2021.

CAMPOS, Daniela Queiroz. Um saber montado: Georges Didi-Huberman a montar imagem e tempo. **Aniki**: Revista Portuguesa da Imagem em Movimento, Lisboa, v. 4, n. 2, p. 269-288, 2017a. DOI: <https://doi.org/10.14591/aniki.v4n2.299>. Disponível em: <http://aim.org.pt/ojs/index.php/revista/article/view/299>. Acesso em: 29 jul. 2021.

CAMPOS, Daniela Queiroz. Uma outra Ninfa moderna: A pin-up como uma Ninfa de Aby Warburg e Georges Didi-Huberman. **Porte Arte**: **Revista de Artes Visuais**, Porto Alegre, v. 22, n. 36, p. 1-13, 2017b. DOI: <https://doi.org/10.22456/2179-8001.56421>. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/PorteArte/article/view/56421>. Acesso em: 08 jul. 2021.

CAMPOS, Daniela Queiroz. O corpo feminino, o movimento e a fluidez: As Ninfas em Victor Meirelles e Pedro Américo. **Visualidades**, v. 15, n. 1, p. 29-60, 2017c. DOI: <https://doi.org/10.5216/vis.v15i1.45086>. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/45086>. Acesso em: 20 ago. 2021.

CAMPOS, Daniela Queiroz. O corpo erótico e o corpo fragmentado. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 11., 2017, Florianópolis. **Anais [...]**. Florianópolis: UFSC, 2017d. p. 1-12.

CAMPOS, Daniela Queiroz; FLORES, Maria Bernardete Ramos. Vênus Desnuda: a nudez entre o pudor e o horror. **Revista Brasileira de Estudos da Presença**, Florianópolis. v. 8, n. 2, p. 248-276, 2018. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/presenca/article/view/74145> Acesso em: 25 ago. 2021.

CAMPOS, Daniela Queiroz. (Des) montagem de corpos: nudez, erotismo e fragmento. **Arte e Ensaios**, Rio de Janeiro, v. 26, n. 40, p. 45-61, 2020. DOI: <https://doi.org/10.37235/ae.n40.4>. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/ae/article/view/9681-0977>. Acesso em: 08 jul. 2021.

CAMPOS, Daniela Queiroz. A Ninfa que paira sobre o Tibre: Imagens de Louise Vernet. **Porto Arte: Revista de Artes Visuais**, v. 26, n. 45, p. 1-18, 2021. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/PortoArte/article/view/108337/0>. Acesso em 01 out. 2021.

CARVALHO, Marina Helena Meira. **Right man com bossa**: as representações do Brasil e do American way of life nas propagandas comerciais em revistas brasileiras de variedades (1937-1947). Dissertação (Mestrado em História). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/BUBD-A96JE7>. Acesso em: 05 mar. 2021.

CASTRO, Ana Lúcia; PINTO, Renata Pires. Corporalidade brasileira na fabricação da identidade nacional. **Ciências Sociais Unisinos**, Porto Alegre, v. 50, n. 1, p. 34-40, 2014. DOI: <https://doi.org/10.4013/csu.2014.50.1.04>. Disponível em: http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/csu.2014.50.1.04. Acesso em: 11 set. 2021.

CASTRO, Andreia Alves Monteiro de. Que delícia de mulher! A brasileira na literatura dos oitocentos. **MOARA – Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Letras**, Belém, n. 53, p. 96-110, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/moara/article/view/8234>. Acesso em: 23 mar. 2022.

COLLEYN, Jean-Paul. Champ et hors champ de l'anthropologie visuelle. **L'Homme**. Revue française d'anthropologie, n. 203-204, p. 457-480, 2012. Disponível em: <https://journals.openedition.org/lhomme/23256>. Acesso em: 21 dez. 2021.

COSTA, Adriana Modesto. **O masculino na publicidade da Playboy**: a construção da figura do homem nos anúncios da revista. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/4595>. Acesso em: 05 jul. 2021.

COSTA JUNIOR, Marinho Alves da. *Femme Fatale: Morte e aprazer nos medias. Revista Ghrebh*, São Paulo, v. 1, n. 17, p. 153-169, 2011. Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/index.php/pt/ghrebh-17-comunicacao-e-ambientes.html>. Acesso em: 18 set. 2021.

COSTA, Valmir. Com repressão, não há tesão: a censura ao sexo no jornalismo de revistas no Brasil do século XIX ao Regime Militar (1964-79). *Caligrama*, São Paulo., v. 2, n. 1, n.p., 2006. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/caligrama/article/view/64647/67288>. Acesso em: 05 mar. 2021.

CHACHAM, Alessandra Sampaio; MAIA, Mônica Bara. Corpo e sexualidade da mulher brasileira. *In*: VENTURI, Gustavo; RECAMÁN Marisol; OLIVEIRA, Sueli de (org.) **A mulher brasileira nos espaços público e privado**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004. p. 75-86.

CLARK, Kenneth. **O nu**: um estudo sobre o ideal em arte. Tradução: Ernesto de Souza. Lisboa: Ulisseia, 1956.

DEMELLO, Margo. **Encyclopedia of body adornment**. Westport: Greenwood Press, 2007.

DINES, Gail. **Pornland**: How porn has hijacked our sexuality. Boston: Beacon Press, 2010.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Venus rajada**: desnudez, sueño, crueldad. Tradução: Madrid: Editorial Losada, 2005.

DIDI- HUBERMAN, Georges. **Ao passo ligeiro da serva (Saber das imagens, saber excêntrico)**. Tradução. R.C. Botelho e R.P. Cabral. Lisboa: KKYM, 2011.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **A imagem sobrevivente**: história da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg. Tradução: Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Diante do tempo**: história da arte e anacronismo das imagens. Tradução: Vera Casa Nova e Márcia Arbex. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2015.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Remontar, remontagem (do tempo)**. Caderno n. 47. Belo Horizonte: Chão da Feira, 2016a. Disponível em:

https://chaodafeira.com/wp-content/uploads/2016/07/cad_47.pdf. Acesso em: 20 out. 2021.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Ninfa Moderna**: ensaio sobre o panejamento caído. Tradução: António Preto Lisboa: KKYM, 2016b.

DIDI-HUBERMAN, Georges. **Atlas, ou, O gaio saber inquieto**. O olho da história, 3. Tradução: Márcia Arbex e Vera Casa Nova. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2018.

ELLERBROK, Ariane. **Negotiation and resistance**: the female tattooed body. Dissertação (Mestrado em Artes). McMaster University, Hamilton, Ontario, 2008. Disponível em: <https://macsphere.mcmaster.ca/handle/11375/10635>. Acesso em: 25 ago. 2021.

ENENKEL, Karl A. E.; TRANINGER, Anita. **The figure of the Nymph in Early Modern Culture**. Netherlands: Brill, 2018.

FAIOLLA, Antony. Letter from Brazil. **The Washington Post**, Washington DC, 28 jun. 1999. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/1999/06/29/letter-from-brazil/54385bbe-d8d9-4f60-9ee2-14dfc79f43d0/>. Acesso em: 20 dez. 2021.

FAUSTO, Boris; FAUSTO, Sergio. **História do Brasil**. São Paulo: EDUSP, 2015.

FOI muito difícil abandonar a Tiazinha, desabafa Suzana Alves. **Quem**. Rio de Janeiro, 22 nov. 2017 Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2017/11/foi-muito-dificil-abandonar-tiazinha-desabafa-suzana-alves.html>. Acesso em: 01 jul. 2021.

FORSTER, Kurt W. Introduzione ad Aby Warburg. *In*: FORSTER, Kurt W.; MAZZUCCO, Katia. **Introduzione ad Aby Warburg e all' Atlante della Memoria**. Tradução: Giulia Bordignon. Milão: Bruno Mondadori, 2002.

FRATERRIGO, Elizabeth. **Playboy and the making of the good life in modern America**. New York: Oxford University Press, 2009.

FREUD, Sigmund. Delírios e sonhos da Gradiva de Jensen. *In*: FREUD, Sigmund. **Gradiva de Jensen e outros trabalhos**: 1906-1908. Volume IX. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

GARCÍA, Ada Naval. El reliquat de la Ninfa. Aproximación a la Pathosformel Ninfa en la obra de Georges Didi-Huberman. **Engramma**: La tradizione classica nella memoria occidentale, Veneza, v. 182, n.p., jun. 2021. Disponível em: http://www.egramma.it/eOS/index.php?id_articolo=4053. Acesso em: 02 ago. 2021.

GIORDANO, Verônica. Negócios, política e sexo: a revista Playboy do Brasil, 1975-80. **Revista USP**, n. 95, São Paulo, p. 150-158, set.-nov. 2012. Disponível em:

<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/52247/56284>. Acesso em: 05 mar. 2021.

GOLDENBERG, Mirian. O corpo como capital: para compreender a cultura brasileira. **Arquivos em movimento**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p. 115-123, 2006. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/am/issue/view/677>. Acesso em: 16 set. 2021.

GOLDENBERG, Mirian. **Coroas**: corpo, envelhecimento, casamento e infidelidade. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2011. Não paginado. E-book.

GOLDENBERG, Mirian; WERNECK, Alexandre. O nu em evidência: as formas de legitimação de “O Corpo” como capital. **Revista Trama Interdisciplinar**, v. 1, n. 1, p. 125-139, 2010. Disponível em: https://www.academia.edu/51693973/O_nu_em_evid%C3%A2ncia_as_formas_de_legitima%C3%A7%C3%A3o_de_o_corpo_como_capital. Acesso em 25 ago. 2021.

GOLDENBERG, Mirian; WERNECK, Alexandre. Mulheres na Playboy: uma conversa com Alexandre Werneck sobre as estrelas da revista no Brasil e na França. *In*: GOLDENBERG, Mirian. **Coroas**: corpo, envelhecimento, casamento e infidelidade. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2011. Não paginado. E-book.

GRIMAL, Pierre. **Dicionário de mitologia grega e romana**. 5. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

GUNELIUS, Susan. **Nos bastidores da Playboy**: O jeito Playboy de gerir uma marca. Tradução: Cristina Yamagami. Prefácio de Edson Aran. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

HAN, Byung-Chu. **A salvação do belo**. Tradução: Miguel Serras Pereira, São Paulo, Editora Vozes, 2015.

HARPER, Douglas *et al.* **Online etymology dictionary**. 2001. Disponível em: <https://www.etymonline.com/>. Acesso em: 08 mar. 2021.

HEFNER, Hugh Marston. (Ed.). **The Playboy philosophy**. Chicago: Playboy Magazine, 1962.

HISTORY, Art & Archives, US House of Representatives, Office of the Historian, Women in Congress, 1917–2006. Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 2007. **Postwar Gender Roles and Women in American Politics**. Disponível em: <https://history.house.gov/Exhibitions-and-Publications/WIC/Historical-Essays/Changing-Guard/Identity/>. Acesso em: 08 mar. 2021.

HOBBSAWM, Eric. **Era dos extremos**: o breve século XX. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 1997.

KIRCHMAYR, Raoul. L'enigma della Ninfa, da Warburg a Freud. Un'ipotesi in due sequenze. **Engramma**: La tradizione classica nella memoria occidentale, Venezia,

v. 100, n.p., 2012. Disponível em:
http://www.engramma.it/eOS/index.php?id_articolo=1136. Acesso em: 05 jan. 2021.

KOETZLE, Hans Michael. **1000 nudes**: Uwe Scheid collection. Köln: B. Taschen, 1994.

KOHN, Ben. **An Open Letter to Our Team And Partners**. Califórnia, 18 mar. 2020. Disponível em:
<https://medium.com/naked-open-letters-from-playboy/an-open-letter-to-our-team-and-partners-b859b1a4c663>. Acesso em: 08 mar. 2021

LARSSON, Chari. **Didi-Huberman and the image**. Manchester: Manchester University Press, 2020.

LYTLE, Mark Hamilton. **America's uncivil wars**: the sixties era from Elvis to the fall of Richard Nixon. New York: Oxford University Press, 2005.

MANSNERUS, Laura. Hugh Hefner, who built the Playboy empire and embodied it, dies at 91. *The New York Times*, New York, v. CLXVII, n. 57,735, p. B14, 29 set. 2017. Disponível em:
<https://www.nytimes.com/2017/09/27/obituaries/hugh-hefner-dead.html>. Acesso em: 08 mar. 2021.

MARANHÃO, Carlos. **Roberto Civita**: O dono da banca: A vida e as ideias do editor da Veja e da Abril. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2016.

MARCELINO, Luciano. **Aby Warburg**: contribuições para a historiografia da arte. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016. Disponível em:
<http://www.ppgav.eba.ufba.br/pt-br/aby-warburg-contribuicoespara-historiografia-da-arte>. Acesso em: 08 mar. 2021.

MAY, Elaine Tyler. **Homeward bound**: American families in the Cold War Era. New York: Hachette, 2008.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**: O caso da Editora Abril. Tese (Programa de Pós-Graduação em Sociologia). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997. Disponível em:
<http://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/122361?guid=1647951649778&returnUrl=%2fresultado%2flistar%3fguid%3d1647951649778%26quantidadePaginas%3d1%26codigoRegistro%3d122361%23122361&i=1>. Acesso em: 22 mar. 2022.

MORENO, Sonia Martínez. La representación de Venus en la pintura de Sandro Botticelli: dimensiones estéticas, simbólicas y culturales en el arte del Renacimiento. **Historias del Orbis Terrarum**, n. 25, p. 96-131, 2020. Disponível em:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7804752.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2021.

NETO diz que Huck não faria mesmo sucesso sem Joana Prado e Suzana Alves. **Uol**. São Paulo, 01 set. 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/ultimas-noticias/2021/09/01/neto-diz-que-luciano-huck-nao-faria-mesmo-sucesso-sem-tiazinha-e-feiticeira.htm>. Acesso em: 11 set. 2021.

OLIVEIRA, Carolina de. **Revista Playboy e as mulheres: um estudo sobre ensaios fotográficos de nudez num novo modelo editorial**. Trabalho de Conclusão (Graduação em Comunicação Social). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/190053>. Acesso em: 08 mar. 2021.

PASKALEVA, Bogdana. The Nude Nymph: the inhuman object of desire. **Engramma**. La tradizione classica nella memoria occidentale, Veneza, v. 135, n.p., abr./maio 2016. Disponível em: http://www.gramma.it/eOS/index.php?id_articolo=2832. Acesso em: 25 ago. 2021.

PEDERSOLI, Alessandra. I capelli dele ninfe fiorentine. **Engramma**: La tradizione classica nella memoria occidentale, Veneza, v. 68, n.p., dez. 2008. Disponível em: http://www.gramma.it/eOS/index.php?id_articolo=1871. Acesso em: 10 ago. 2021.

PICCIARELLI, Sérgio. Ex-tratador de imagens da Playboy desabafa: era uma pressão enorme. [Entrevista concedida à] Kátia Lessa. **Folha de São Paulo**. São Paulo, ano 93, nº 30.832, p. 26. Disponível em: <https://m.folha.uol.com.br/saopaulo/2013/09/1334465-ex-tratador-de-imagens-da-playboy-desabafa-era-uma-pressao-enorme.shtml>. Acesso em: 25 ago. 2021.

PIMENTEL, Robson Chagas; BAPTISTA, Tadeu João Ribeiro. Modelos de saúde e estética: uma análise das capas da revista Playboy brasileira em 2012. **Revista Tempos e Espaços em Educação**, v. 7, n. 13, p. 55-68, 2014. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/revtee/article/view/3258>. Acesso em: 20 out. 2021.

PRECIADO, Paul B. **Pornotopía: arquitectura y sexualidad en Playboy durante la guerra fría**. Barcelona: Anagrama, 2010.

RAMOS, Roberto (org.). **Mídia, textos e contextos**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

REISMAN, Judith A.; MCALISTER, Mary. Deconstructing Dignity by Eradicating Shame: The Pernicious Heritage of Alfred Kinsey. **Humanum: Issues in Family, Culture & Science**, Washington, v. 4, n.p., 2018. Disponível em: <https://humanumreview.com/articles/deconstructing-dignity-by-eradicating-shame-the-pernicious-heritage-of-alfred-kinsey>. Acesso em: 08 mar. 2021.

RIBEIRO, Anderson Francisco. **Desnudando a ditadura militar: as revistas erótico-pornográficas e a construção da (s) identidade (s) do homem moderno (1964-1985)**. Tese (Doutorado em História). Universidade Estadual Paulista, Assis, 2016. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/141986>. Acesso em: 08 mar. 2021.

ROQUE, Maura Voltarelli. **Uma poética da Ninfa**: aparições na poesia brasileira moderna e contemporânea. Tese (Doutorado em Teoria e Crítica Literária). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2019. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/334537>. Acesso: 20 ago. 2021.

ROQUE, Maura Voltarelli. A dialética da ninfa em *The Waste Land*, de T.S. Eliot. **Revista Cerrados**, [S. l.], v. 27, n. 46, p. 202-220, 2018. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/cerrados/article/view/19638>. Acesso em: 10 ago. 2021.

SACCO, Daniela. Ninfa e Gradiva: dalla percezione individuale alla memoria storica sovraperonale. **Cahiers d'études italiennes**, n. 23, p. 45-60, 2016. DOI: 10.4000/cei.3080. Disponível em: <https://journals.openedition.org/cei/3080>. Acesso em: 25 ago. 2021.

SAGGESE, Antonio José. **Imaginando a mulher**: Playboy, o pôster e seus desdobramentos. Tese (Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8133/tde-17022014-110045/pt-br.php>. Acesso em: 08 mar. 2021.

SERVA, Leão; BAITELLO JR, Norval. O gesto do selfie: seria o selfie um *Nachleben*?. **Prometeica**, n. 17, p. 86-92, 2018. DOI: <https://doi.org/10.24316/prometeica.v0i17.228>. Disponível em: <https://periodicos.unifesp.br/index.php/prometeica/article/view/1687>. Acesso em: 20 ago. 2021.

SIBILIA, Paula. O corpo velho como uma imagem com falhas: a moral da pele lisa e a censura midiática da velhice. **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 9, n. 26, p. 83-114, 2013. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/345> Acesso em: 10 ago. 2021.

SOMAYA, Ravi. Nudes Are Old News at Playboy. **New York Times**, New York, v. CLXV, n. 57, 18p. A1, 12 out. 2015. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2015/10/13/business/media/nudes-are-old-news-at-playboy.html>. Acesso em: 08 mar. 2021.

SZIR, Sandra. La Ninfa. In: BURUCÚA, José Emilio. *et al.* **Ninfas, serpientes, constelaciones**: la teoría artística de Aby Warburg. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Museo Nacional de Bellas Artes. Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, Secretaría de Gobierno de Cultura, 2019. p 22-43.

TAVARES, Paula Cristina Ruivo de Almeida. **Os EUA após a Segunda Guerra Mundial**: a banda desenhada como imagem da controvérsia. Dissertação (Mestrado

em Estudos Americanos). Universidade Aberta de Lisboa, Lisboa, 2008. Disponível em: <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/1226>. Acesso em: 08 mar. 2021.

TEIXEIRA, Felipe Charbel. Aby Warburg e a pós-vida das Pathosformeln antigas. **História da Historiografia**: International Journal of Theory and History of Historiography, Rio de Janeiro, v. 3, n. 5, p. 134-147, 2010. Disponível em: <https://www.historiadahistoriografia.com.br/revista/article/view/171>. Acesso em: 08 jul. 2021.

VERÍSSIMO, Luis Fernando. Não nos preocupemos com a Sasha. **O Globo**, Rio de Janeiro, 25 fev. 1999. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/busca/?busca=o+Brasil+conseguiu+outra+fa%C3%A7anha+in%C3%A9dita+no+mundo%3A+inventou+o+sadomasoquismo+sem+maldade>. Acesso em: 15 set. 2021.

VIDAL, Camila Feix. O Movimento Conservador Norte Americano da Década de 1950 e a Percepção Conservadora a Respeito da Sociedade, Economia e Política Externa. **Revista TOMO**, Sergipe n. 23, p. 259-294, 2013. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/tomo/article/view/2112>. Acesso em: 19 dez. 2020.

VOLTA de Tiazinha e Feiticeira ‘não caberia’ na TV, diz Huck. Veja como elas estão hoje. **Isto é**. São Paulo, 30 ago. 2021. Disponível em: <https://istoe.com.br/volta-de-tiazinha-e-feiticeira-nao-caberia-na-tv-diz-huck-veja-com-o-elas-estao-hoje/>. Acesso em: 12 set. 2021.

WARBURG, Aby. **Ninfa fiorentina**. fragmentos de um projecto sobre Ninfas. Tradução: A. Morão. Lisboa: KKYM, 2012.

WARBURG, Aby. **Histórias de fantasma para gente grande**. Tradução: Lenin Bicudo Bárbara. São Paulo: Cia das Letras, 2015. E-book.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Tradução: Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018. E-book.

ZORTÉA, Adriel Dalmolin; CAMPOS, Daniela Queiroz. A ninfa nos azulejos de Adriana Varejão. **Palíndromo**, v. 13, n. 30, p. 272-290, 2021. DOI: 10.1590/2237-266074145. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/palindromo/article/view/19689>. Acesso em: 24 ago. 2021.