

CARTAS DE LEITORES DA REVISTA *PLAYBOY*

Edsel Rodrigues TELES
(Orientadores): Profa. Dra. Vandersí Sant'Ana Castro
Profa. Dra. Tânia Maria Alkmim

RESUMO: As atuais edições brasileiras da revista *Playboy* marcam um novo momento na história das revistas direcionadas a um público específico. Das revistas femininas com conteúdos variados numa mesma edição às revistas masculinas que prezam pela especialidade – revistas de mulheres nuas, sobre viagens, automóveis, tecnologia –, *Playboy* sai novamente na vanguarda à busca de um retorno às edições que abarcam diversos temas. Um lugar privilegiado no qual se pode constatar esse movimento é na seção de cartas de leitores, em que há a possibilidade de se chegar a essa conclusão observando-se a forma e o conteúdo das cartas, bem como sua organização na seção da revista.

Palavras-chave: Escrita, discurso masculino, cartas de leitor, revista masculina/*Playboy*.

Introdução: da revista

O trabalho que segue faz uma análise das cartas de leitores da revista *Playboy*. Na verdade, ele se insere num contexto maior, constituindo parte de um trabalho que analisa cartas de leitores de quatro revistas masculinas: *Playboy*, *Men's Health*, Quatro Rodas e Info, todas da editora Abril. O objetivo é analisar as cartas de leitores dessas revistas e observar como se constrói parte do discurso masculino que transita nessas revistas. Aqui, particularmente, a análise focaliza *Playboy*.

Playboy surgiu nos Estados Unidos em 1953, criada por Hugh Hefner. A primeira edição estadunidense contou com o ensaio fotográfico da atriz Marilyn Monroe. No Brasil, seus direitos foram comprados pela editora Abril, que lançou a primeira edição em 1975, com as fotos da modelo Livia Mund. Basicamente, a *Playboy* contém ensaios fotográficos com mulheres nuas. As poses são, em sua maioria, bem comportadas. Há também reportagens variadas sobre o universo masculino: viagens, bebidas, esportes e aventuras. Atualmente observa-se uma tendência em aumentar as páginas dedicadas às reportagens e diminuir os ensaios fotográficos. Talvez essa tendência seja uma estratégia da revista para diversificar seu público-alvo, que hoje se concentra nas classes B e C, na faixa etária dos 20 aos 39 anos:

Revista *Playboy*: público¹

55% têm entre 20 e 39 anos	Homens: 84% Mulheres: 16%	Classe A: 17% Classe B: 33% Classe C: 35%
----------------------------	------------------------------	---

A revista custa R\$10,99², um valor considerado razoável dadas as classes que mais compram a revista. Com o *slogan* “A revista do homem”, podemos dizer de antemão que *Playboy* vem tentando se firmar como uma revista dedicada ao universo masculino, mais do que somente uma “revista de mulher pelada”. Neste trabalho, veremos algumas das estratégias que são utilizadas na seção de cartas de leitores e que auxiliam na reformulação da imagem da revista.

Da seção de cartas

A seção de cartas da *Playboy* se chama “Caro *Playboy*”. São selecionadas cartas (e e-mails) sobre a edição do mês anterior enviadas à redação da revista. Há a indicação do endereço e de um e-mail para envio dos materiais. Não há menção de edição das cartas, mas certamente ela existe, uma vez que existem trechos muito pequenos de textos (uma sentença) apresentados, e dificilmente alguém se daria ao trabalho de escrever tão pouco para a revista.

Diversos recursos são postos em funcionamento para atrair a atenção do leitor para a seção de cartas. Há infográficos coloridos indicando o número de cartas recebidas no mês anterior (com relação à edição de dezembro de 2007, por exemplo, a seção indica o número de cartas que desejaram feliz Natal à revista); imagens das mulheres da edição anterior também estão distribuídas ao longo das duas páginas da “Caro *Playboy*”, bem como imagens relacionadas às temáticas de algumas cartas. Existem também propagandas.

O bom humor está presente em toda a seção. Tanto no infográfico de abertura (que inclui fatos inusitados sobre as cartas: a quantidade de pessoas que desejaram feliz Natal, citado acima, o número de pessoas que perguntaram se podiam posar para a revista), quanto em algumas respostas dadas às cartas, a seção se preocupa em combinar, com as imagens de belas mulheres e com o conteúdo sério de algumas cartas, comentários bem-humorados, que, fundamentalmente, ironizam os comentários dos próprios leitores. Há uma subseção, inclusive, chamada “Carta mais assustadora”, que contém uma carta que causa espanto na redação da revista (uma delas comenta uma operação de

¹ Fonte: Publicidade editora Abril: <http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=36>

² Valor referente à edição de janeiro de 2008.

mudança de sexo e traz uma proposta que envolve o diretor da revista). Esse clima de descontração não existe aleatoriamente; ele também funciona para refletir a imagem de uma revista animada, de alto astral.

Outro recurso utilizado na seção de cartas é a possibilidade de o leitor interagir de outras formas com a revista, que não somente enviando cartas. Todas as capas da *Playboy* trazem o desenho de um coelhinho escondido – o coelhinho marca registrada da revista. A subseção “Procura-se um coelhinho” mostra onde está o coelho da capa anterior e a carta de quem o encontrou. Não se sabe se algum prêmio é oferecido a quem encontra. Também existe um espaço com os comentários das comunidades da *Playboy* no *Orkut*, site de relacionamentos da internet.

Finalmente, a seção também dedica um espaço para fazer correções de edições anteriores e orientar as pessoas que desejam fazer assinaturas da revista.

São dois os tipos de cartas que aparecem na seção “Caro *Playboy*”, que serão chamadas neste trabalho de cartas de elogios e cartas de comentários. Com objetivos e estruturas diferentes, os dois tipos procuram dar conta de atender aos diversos públicos da revista, como poderá ser visto nos itens a seguir.

Das cartas de elogios

As cartas de elogio fazem comentários positivos à mulher, à revista, ao ensaio ou ao fotógrafo do mês anterior. São comentários breves nos quais o leitor descreve como se sentiu quando viu a revista e a que atribui esse sentimento. Essas cartas são organizadas em torno de um título geral, que remete à mulher elogiada (“Vou ver Juliana”, na edição de janeiro de 2008, fazendo referência ao ensaio de Juliana Knust) e são brevíssimas. Apresentam também o nome de quem escreveu, sua cidade e estado.

Com relação à estrutura da carta, observa-se essencialmente a presença da *narratio*³. Não se sabe que tipo de edição a revista faz nas cartas (a revista não diz se faz edição – no entanto, como já comentado, pressupõe-se que exista),

³ Com relação à estrutura das cartas, utilizo neste trabalho a divisão e a nomenclatura exposta por Emerson TIN (2005), com base na literatura clássica sobre o tema. Segundo essa tradição, uma carta se estrutura em cinco partes, algumas delas facultativas. Na *salutatio* faz-se apresentação do emissor; na *captatio benevolentiae*, o emissor procura ganhar a confiança e o apreço do interlocutor, seja por meio de elogios ou por explicitação de um ponto de vista em consonância com o daquele que recebe a carta; a *narratio* traz o conteúdo em si da carta, o motivo pelo qual ela foi escrita; há o *petitio*, em que, dado o conteúdo da carta, faz-se um pedido ou uma recomendação ao interlocutor e a *conclusio*, quando o emissor se despede.

mas o resultado são comentários bem sucintos que traduzem o objetivo principal da carta, qual seja, elogiar. Não há a presença das outras estruturas citadas no texto de TIN (2005).

*Belíssima, principalmente nas fotos das páginas 95, 100 e 113.
Márcio Guimarães, Salvador (BA)*

O fato de existir um espaço super reduzido e de as cartas precisarem expressar a sensação perante a mulher e seu ensaio influenciam diretamente a linguagem presente nas cartas de elogios. Há a predominância de adjetivos e adjuntos adnominais, qualificadores fortes, mas que não chegam a uma linguagem considerada vulgar. A pontuação também auxilia na expressão do sentimento.

*Fazia tempo que não via um **ensaio tão sensual**. Além de a **Angelita ser linda**, os acessórios utilizados e as caras e bocas da gata são de mexer com o imaginário de qualquer um. **Puro tesão!**
Alexandre Abreu, Brasília (DF)*

*Angelita Feijó me surpreendeu, tem um **corpo escultural, muito sexy e seios maravilhosos**. (...)
Amós Batista da Silva, São Bernardo do Campo (SP)*

*Duas capas não são suficientes para folhear a **PLAYBOY da Juliana**. Ela chama atenção em qualquer boate. **Fiquei fascinado!**
Roberto Fahd, Curitiba, PR*

***Edição de Natal excelente. Ensaio simples, limpo e envolvente**. (...)
Allan Feio, Belém, PA*

Das cartas de comentários

O segundo tipo de cartas presente na revista traz comentários sobre as reportagens da *Playboy* ou comentários sobre a revista não relacionados às mulheres e seus ensaios fotográficos. Neste tipo de carta ocorre maior interação com a redação, uma vez que algumas dessas cartas são respondidas, e a elas são atribuídos títulos específicos. Novamente, o humor está presente, tanto na escolha dos títulos quanto na resposta à carta.

Marcos Palmeira

Excelente a entrevista de dezembro. Acho que foi a melhor que já li em todos os tempos. O Marcos Palmeira é O cara. Agora dá pra entender o porquê de ele ser

“pegador”. Inteligente e decidido, discorre sobre qualquer tema, sem firulas. Dá vontade de sair daqui de BH e ficar jogando conversa fora e tomando umas biritas com ele no Rio, durante, pelo menos, um fim de semana!

Carlos Geovane, Belo Horizonte, MG

Playboy: Menos, Carlos, menos...

A estrutura dessas cartas também contém, essencialmente, a *narratio*. No entanto, diferentemente das cartas de elogio, as cartas de comentários trazem, às vezes, *salutatio*, *petitio* e *conclusio*. O exemplo abaixo ilustra um *salutatio*.

Playgay

Nunca escrevi pra vocês porque sou gay. Mas assino a revista há dois anos. Como pode uma pessoa que não gosta da fruta assinar PLABOY? Simples: esta revista tem matérias fantásticas e fotos profissionais. (...)

Daniel Postalí Rosa, São Paulo (SP)

As cartas de comentários geralmente são cartas argumentativas. Elas criticam, elogiam e debatem questões trazidas pelas reportagens da revista. A linguagem, portanto, é mais formal e elaborada que a das cartas de elogios. Seguem, dentro da *narratio*, a estrutura canônica de uma argumentação: introdução ao assunto, exposição do(s) argumento(s) e conclusão. Algumas cartas são intituladas com referências a uma cultura considerada mais erudita. Outras trazem a profissão do remetente, quando isso interessa à *Playboy*. No primeiro exemplo abaixo, o título “Reprimenda Parnasiana” faz referência à escola literária que, no Brasil, foi predominante até o advento do Modernismo. Pressupõe-se que o leitor da revista conheça esse movimento da literatura brasileira para compreender a ironia do título, qual seja: a ridicularização da opinião de que a revista é uma mídia que aterroriza a sociedade e, pode-se arriscar a dizer, o uso da segunda pessoa do singular com concordância entre pronome e verbo, incomum aos falantes do Rio. Já no segundo, ocorre a explicitação da profissão do emissor: doutorando em filosofia pela USP. A revista aproveita o fato de um intelectual de uma universidade renomada ler a revista, e explicita este fato na seção de cartas, contribuindo para a imagem de leitor que deseja construir.

Reprimenda Parnasiana

Sobre a reportagem com um título infeliz dizendo que o Hugo Chávez quer dominar toda a América com auxílio da arma AK-47: Ricardo [Bonalume, autor da matéria], este tipo de mídia só serve para aterrorizar a sociedade. O que tens na cabeça para escrever isso e quem é você para ter certeza disso? Não existe fonte que diga isso. A matéria é até interessante, entretanto o título só serve na verdade para construir o caos. (...)

Kissel Goldblum, Rio de Janeiro, RJ

Playboy: *Caro, señor, acá en la redación, a nosotros no nos gusta Chávez. Preferimos El Chapolin Colorado.*

Playboy debate

Já que se trata de um debate, vou responder ao artigo de Luiz Felipe D'Ávila. Dá Ra dizer que, no Brasil, as elites são guardiãs das instituições democráticas? (...) O Brasil sempre foi um país de tradição autoritária por causa da corrupção praticada exclusivamente pelas elites, tanto na monarquia quanto nas fases não democráticas ou "democráticas" da República (...)

Fernando Dias Andrade, doutorando em filosofia pela Universidade de São Paulo

O fato de a revista dar espaço para estes tipos de discussões mostra o interesse em criar uma imagem de que *Playboy* não se endereça somente àqueles que desejam ver mulheres bonitas e peladas, mas também aos homens que gostam de ler matérias interessantes sobre atualidades e cultura. A tentativa de atingir um público mais erudito conta, na seção de cartas, com estratégias que evidenciem que o público leitor da *Playboy* não se resume a homens preocupados somente em ver matérias relacionadas à nudez.

Considerações finais

A seção de cartas da *Playboy* busca, por meio de diversos recursos, criar um ambiente que atraia o leitor da revista. Uma seção que normalmente é passada despercebida torna-se, praticamente, outra matéria da revista.

A partir das cartas dos leitores também podemos notar como se constrói o discurso masculino. Assim como as revistas dedicadas ao público feminino que surgiram há mais tempo tiveram sucesso em construir uma imagem do que é ser mulher ou com que coisas uma mulher deve se preocupar ao longo das décadas, observa-se que, nas revistas masculinas da atualidade, há uma preocupação em escolher matérias e utilizar uma linguagem que tragam identificação para o homem. Num trabalho de mão dupla, as revistas elencam alguns elementos já consagrados para a formação de uma identidade masculina e, ao mesmo tempo, criam condições para que essa identidade se renove. Neste sentido, *Playboy*, assim como *Men's Health*, traz uma linguagem bem-humorada, quase sempre informal, e escolhe conteúdos típicos do universo masculino: mulheres, esportes, bebidas, viagens. Marca-se um estilo *Playboy* de ser: um estilo que traz *status*. Uma novidade sobre esta tendência é a compartimentalização dos conteúdos: enquanto as revistas femininas de outrora traziam todos os conteúdos relativos ao universo feminino numa só revista, no caso das revistas masculinas vê-se que cada revista se especializa num determinado assunto: Quatro Rodas lida com carros, Info com tecnologia e informática e *Men's Health* com a saúde

masculina. *Playboy* tenta sair dessa compartimentalização (revista de mulher pelada), mas surgiu dessa forma.

Outra preocupação da revista é abarcar um público maior do que tem hoje. Não é à toa, portanto, a diminuição das páginas reservadas aos ensaios de nudez e o privilégio de reportagens com conteúdos considerados mais sérios ou eruditos, como política. Por trás dessa estratégia, há um anseio por mostrar que os leitores de *Playboy* são intelectuais capazes de argumentar e discutir sobre os problemas do mundo. A seção de cartas e as próprias cartas, com seus *narratios* destacados, auxiliam para que tais objetivos sejam atingidos.

Referências Bibliográficas:

- ALMEIDA, M.B., PEREIRA, J.S.V. (2002). 'Sabe tudo sobre tudo': análise da seção de cartas-pergunta em revistas femininas para adolescentes. Em: MEURER, J.L., MOTTA-ROTH, D. (orgs). *Gêneros textuais e práticas discursivas: subsídios para o ensino da linguagem*. EDUSC, Bauru.
- FONTANINI, I. (2002). *Cartas ao editor: a linguagem como forma de identificação social e ideológica*. Em: MEURER, J.L., MOTTA-ROTH, D. (orgs). *Gêneros textuais e práticas discursivas: subsídios para o ensino da linguagem*. EDUSC, Bauru.
- Playboy* (julho de 2006). Ed. Abril, SP.
- Playboy* (janeiro de 2008). Ed. Abril, SP.
- TIN, E. (org) (2005). *A arte de escrever cartas*. Ed. da Unicamp, Campinas.

Sites consultados:

http://pt.wikipedia.org/wiki/Revista_Playboy

<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=36>