

Playboy

■ La revista Playboy cumple en enero próximo veinticinco años de vida. Para celebrar este aniversario está organizando, entre otras cosas, una búsqueda de la "playmate" que ornará sus páginas centrales en esa ocasión. El premio a la dama que se retrate en cueros para el número aniversario, principia con unos honorarios de veinticinco mil dólares.

El tiempo de permanencia del Playboy en los quioscos de diarios y revistas no sólo de Estados Unidos, sino de parte importante del mundo occidental, está atestigüando claramente que la revista ganó su batalla. Hoy día ella es aceptada como una publicación que puede estar en las casas de numerosas familias, se le encuentra en los anaqueles de las bibliotecas y aparecer en sus páginas es un innegable signo de haber alcanzado popularidad.

Este fenómeno merece alguna reflexión. Nada hay que dé mayor respetabilidad al norteamericano que el éxito y, ciertamente Hugh Hefner, director propietario de Playboy, lo ha obtenido. El es uno de los norteamericanos que en la mitad de este siglo ha alcanzado lo que se llama "el sueño americano", encumbrarse del anonimato a la popularidad; lograr la tan ansiada riqueza tras la cual tantos corren y tan pocos alcanzan.

Pero el éxito, la riqueza y la fama no se dan porque sí. Hefner creó un medio de expresión en que combinó elementos que corresponden a los ocultos o visibles deseos y ambiciones de gran parte de la población de esta parte del mundo. La filosofía del Playboy que ha sido claramente explicitada en sus páginas es materialista y hedonista. El lector del Playboy tiene la sensación de estar rodeado y de disponer de cosas y cosas hechas para su placer: el vestuario más sofisticado, las decoraciones más audaces, los equipos de sonido más perfeccionados y todo cuanto la tecnología moderna ha creado para el supuesto placer del hombre; incluyendo a las mujeres que, en la revista, tienen un claro destino de cosas para usar, para admirar, para tener y para gozar.

En mi concepto, pocas veces se ha logrado una visión del sexo más asexuada que la que da la Revista Playboy. Sus fotografías tienen una perfección tal en el colorido y en su técnica; sus modelos, sabiamente retocadas en su visión gráfica, nos dan una imagen de perfección anatómica, que alcanzan una calidad superhumana. Son cosas bellas, pero cosas, no seres humanos a los que se pueda amar, sino admirar.

En una oportunidad, asistí a un Playboy Club. Allí me encontré con las míticas

"conejitas" convertidas en expertas meseras. La perfección de su maquillaje, la mecanización de sus movimientos, sus escotes y truzas calculadamente rebasantes, daban una sensación inhumana. Eran muñecas, maravillosas muñecas, manejadas por un invisible computador, pero que no provocaban ni el piropro ni el pellico.

El Playboy no habría alcanzado la difusión mundial que tiene si se hubiese limitado a la exhibición de sus modelos desnudas, a sus artículos sobre sexo o a los placeres de la vida moderna. Ha agregado a todo eso, una calidad literaria y artística que es notable. En cierta forma, ese aspecto de Playboy es el que alivia la conciencia de algunos de sus lectores que sienten —y no están errados— que además de una visión materialista de la vida, están obteniendo una dosis de cultura. En sus páginas suelen aparecer, como primicia, los originales aún no publicados, de autores de la calidad de un Sartre, un Moravia, un Graham Greene e, incluso, un García Márquez. Sus entrevistas han revolucionado al periodismo mundial. Hechas en profundidad, gastando dinero y tiempo en su confección, algunas de ellas han influido en el devenir de la vida social y política del mundo. Recuérdese, sin ir más lejos, la entrevista que se le hizo a Carter siendo candidato a la presidencia y que le costó no pocos votos al confesar en ella, con ingenuo candor, que frecuentemente cometía adulterio en su imaginación al observar a una mujer bella y deseable.

Se puede tener cualquiera concepción moral de lo que el Playboy representa, pero sus veinticinco años de vida llaman a reflexionar sobre su éxito, sobre los valores que predominan en ciertas capas de nuestra humanidad y del destino que ellas tienen.

Un amigo, fiel lector del Playboy desde sus primeros números, me comentaba días atrás no sin cierta ironía: "Confieso que principié a comprar la revista por las niñas pluchas, después me interesé por su literatura y sus entrevistas; ahora, lo primero que leo y releo y me fascina, son sus avisos".

Una buena síntesis de lo que es la evolución de la vida de un gran número de personas. Una síntesis, también del espectro de intereses que cubre el Playboy y que explica por qué ha sobrevivido veinticinco años, por qué su Director es actualmente dueño de una gran fortuna y por qué la publicación se vende en gran parte del mundo.

PARTIQUINO

LA SEGUNDA