



### Marilyn

È il 1953 e per l'esordio della rivista Hugh Hefner sceglie il sogno erotico di tutti: la Monroe



### Streisand

Anni 70: la rivista, come tutto il mondo, ha una deriva «impegnata» e sceglie l'intellettuale Barbra



### Bo Derek

A marzo 1980 è il turno di Bo Derek, famosa per il film «10» come il voto alla sua bellezza, con bikini ridottissimo



### Anne Nicole

La Smith, 5 volte in copertina, una delle playmate più famose di sempre, è morta prematuramente nel 2007



### Madonna

Anni 80: Madonna era molto più giovane anche se meno in forma di adesso e cantava Like a virgin



### Kate Moss

Per il numero dei 60 anni (gennaio/febbraio 2014) si esibisce la coniglietta Kate Moss

## il caso

ANTONELLA BORALEVI

# Playboy fa dietrofront torna il nudo in copertina

Nel 2015 lo storico cambio per distinguersi dal porno on line Marcia indietro di Cooper Hefner, direttore e figlio del fondatore "È stato un errore, dobbiamo recuperare la nostra identità"

Immagino che Cooper Hefner, figlio dell'uomo che visse tutta la vita a bordo piscina, in pigiama di seta, circondato da bellissime donne discinte, con in mano un bicchiere di whisky on the rocks, fosse abbastanza stufo di tutto quell'ambaradan. E non per caso, a 25 anni, porta regolare giacca e ha regolare fidanzata, una attrice del film di Harry Potter.

E immagino che l'idea di togliere i nudi dalla rivista che li ha inventati, gli fosse sembrata, due anni fa, un colpo di genio: la salvezza invece dell'oblio.

Invece, non è andata così.

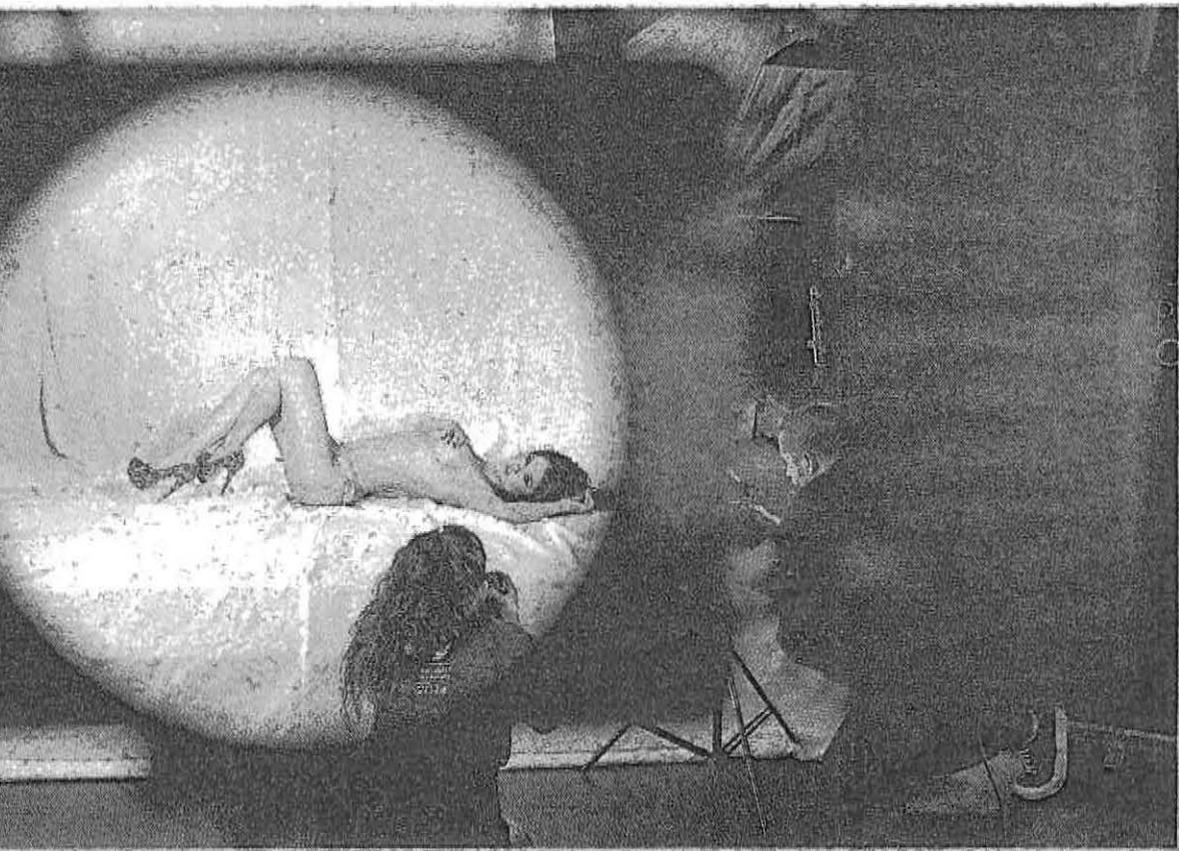
Playboy senza nudi è stato dimenticato.

E allora il figlio del fondatore è corso ai ripari: da marzo, riecco il nudo integrale in copertina e altrove. «Dobbiamo recuperare la nostra identità». Sarà una modella, ovviamente, una certa Elizabeth Elam.

Funzionerà?

Io penso di sì. Perché il nudo non è nudo e basta.

Ovvero: fotografarsi il sedere, come fa da alcuni anni su ogni media Internet Kim Kardashian l'ha fatta diven-



tare famosa Così come conquistano milioni di followers le attrici \cantanti che si fotografano nella solita vasca, ma senza le bolle.

Ma il nudo è un'altra cosa.

Il nudo non è togliersi i vestiti. Quello è spogliarsi.

Una procedura alla portata di chiunque.

Il nudo è creare una creatura che pare a portata di mano

(e di sguardo) ma invece è irraggiungibile.

Il nudo non c'entra con Photoshop, né con lo staff di truccatori\parrucchieri\stylist.

Il nudo è una dimensione del

### On line

Al tempo di Internet il nudo ha perso ogni aura di trasgressione

sogno che si fa desiderio.

Non c'è nessun Instagram che può dartelo. Serve la carta, e che sia lucente e corposa, un oggetto tattile, che scivola tra i polpastrelli come pelle soffice, splendente, con la consistenza della seta.

Un oggetto da cercare, guardare, conservare, riporre. Esporre, anche, perché immagino che il paginone dei tempi d'oro tornerà trionfante dentro gli armadietti delle palestre e nelle officine, e magari tra i libri di scuola (speriamo dalla media superiore in su).

Il nudo ha bisogno di Playboy come l'acqua per il cioccolato. Perché il nudo è cultura e si porta dietro secoli di Danae bagnate dalla pioggia d'oro, di Dafne e di Maye, di Notti e di Albe, di Giuditte e di Susanne al bagno.

Per circa 60 anni, dal Dopoguerra, si è giustamente condannata la mercificazione del corpo femminile allo scopo di vendere qualunque prodotto (persino autorevolissime testate di politica). La battaglia, giusta, difficile e necessaria, poi è stata vinta per noia: troppi nudi uguale zero appeal del nudo.

Infatti molti brand hanno cominciato a vendere corpi maschili, invece che il corpo delle donne.

E intanto le donne hanno imparato a essere nude con grazia, con glamour, con ironia. Con magnifica autostima. Durante le sfilate, ma anche per strada, alle feste e talvolta (creando il panico) perfino in ufficio, si sono vestite di stoffe trasparenti e in pochissimo metraggio.

Il nudo ha perso ogni aura di trasgressione.

Al porno è rimasta la carne senza vestiti.

Se Hefner figlio farà nudi alla Kardashian, o nudi da porno-shop, avrà perso.

Se invece farà nudi che si inchinano al trionfo delle donne, può darsi che anche le donne lo comprino.



**Fondatore**  
L'89enne Hugh Hefner ha creato la rivista nel 1953, promettendo «un magazine adatto a un pubblico maschile tra i 18 e gli 80 anni»

**7 milioni di copie**  
Il numero più venduto di sempre è del 1972: le vendite sono crollate dai 5,6 milioni di copie del 1975 alle 800 mila di oggi