



REVISTA GQ: SIMULACROS DE MASCULINIDADES EM TRANSFORMAÇÃO.

Machado, Bruna Rosa; brunarosamachado@gmail.com

Scoz, Murilo; muriloscoz@gmail.com

RESUMO

Ligada a ordenação das práticas vestimentares, a indústria da moda opera tanto na esfera da produção dos artefatos quanto na circulação de conteúdos que estimulem o consumo dos produtos. Comprometida com esta dimensão, a comunicação de moda compreende os esforços empreendidos para fazer saber os modos adequados do vestir. Nestes termos, o presente artigo discute a produção da identidade masculina em capas de periódicos de moda, tomando como objeto de estudo a edição de agosto de 2017 da revista GQ Brasil. Partindo da base teórica da semiótica francesa, a pesquisa tem como objetivo analisar o simulacro de homem produzido na superfície verbo-visual da capa. Para tanto, a análise emprega o modelo do Percurso Gerativo do Sentido e elementos da semiótica plástica, conforme abordagem de Barros (2005), Castilho e Martins (2008) e Fiorin (2005), evidenciando o processo de produção do sentido que engendra modos de ser, estar e agir socialmente através de traços de uma masculinidade prescrita. A partir de seus enunciados percebe-se a exaltação do novo, a ancoragem de personalidades de referência que ratificam as práticas noticiadas, bem como o corpo feminino como estratégia persuasiva da atenção masculina. Apesar de alguns desses achados apenas reiterarem perspectivas masculinas mais tradicionais, outros podem ser tomados como evidência de masculinidades em transformação.

Palavras-chave: Comunicação de moda; Semiótica; Identidade masculina.

