

O DISCURSO E REPRESENTAÇÃO MASCULINA EM PEÇAS PUBLICITÁRIAS DA REVISTA MEN'S HEALTH

Leonardo Antonio Soares (UFOP)

leons@rocketmail.com

O objetivo deste artigo é analisar peças publicitárias retiradas da revista *Men's Health* para investigar a representação e discurso masculinos idealizados pelos produtores da revista.

Antes de proceder à análise propriamente dita busquei auxílio nos estudos de Connell (2005) e outros autores para tratar das masculinidades e relações que entre elas se estabelecem. Em seguida foram feitas duas análises. A primeira análise teve como base teórica a Semiolingüística proposta por Charaudeau (2008) que serviu como suporte para a análise dos recursos lingüísticos. A segunda análise teve como base teórica Aumont (2004) e Kress e van Leeuwen (2006) e serviu para a análise dos recursos semióticos das peças publicitárias.

Os resultados destacaram o papel da revista *Men's Health* em impor discursos e identidades aos homens através de recursos lingüísticos e semióticos contidos em suas peças publicitárias.

Palavras-chave: revista, representação, discurso, masculino e anúncio.