



Evento	Salão UFRGS 2015: SIC - XXVII SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2015
Local	Porto Alegre - RS
Título	As rupturas de sentido no corpo na fotografia publicitária de moda contemporânea.
Autor	MAURICIO RODRIGUES PEREIRA
Orientador	NISIA MARTINS DO ROSARIO

Nome: Mauricio Rodrigues Pereira
Orientador: Prof. Dra. Nísia Martins do Rosário
Instituição de Ensino: UFRGS

As rupturas de sentido no corpo na fotografia publicitária de moda contemporânea.

O presente trabalho tem como objeto de investigação as rupturas de sentido sobre os corpos nos textos fotográficos publicitários de moda da contemporaneidade. Este estudo é realizado em conexão com a pesquisa *Corpos em Explosão: Rupturas e Reconfigurações de Sentidos nas Corporalidades* a qual é coordenada pela professora Dra. Nísia Martins do Rosário (UFRGS/FABICO) e investiga aspectos teóricos e metodológicos das rupturas de sentidos em corpos de sujeitos midiáticos pelo viés da Semiótica da Cultura.

A investigação tratada aqui, desenvolvida na bolsa de iniciação científica, tem como objetivo compreender como a fotografia publicitária de moda contemporânea promove rupturas de sentido sobre o corpo que apresenta. As rupturas de sentido estão inseridas no conceito de explosão de Lotman (1999) e podem ser entendidas como um processo de significação em que os sentidos são desterritorializados, assim, tensionando linguagens e códigos, em uma lógica de imprevisibilidade e descontinuidade. Provocam, também, uma ruptura nas semioses sob diferentes níveis, ritmos e intensidades, interrompendo cadeias de causa e efeito e se estabelecendo como espaço da criação. Também se faz aqui importante entender, a partir do conceito de Lotman, a ideia de texto: um sistema de conjunto de signos em relação, os quais podem ser codificados e transpostos entre si, capazes de gerar sentidos e diversos significados. A cultura, em relação a ideia de texto, por sua vez, pode ser lida como um sistema complexo que abarca a combinação de várias linguagens, que colocam em relação vários sistemas de signos com codificação própria. Ademais, têm sido refletidas para este estudo as ideias de criação artística de Lotman (1999); as contribuições sobre o corpo como espaço representativo e político de Ieda Tucherman (1999); linguagens da fotografia de moda a partir de Claudio Marra (2008) e contribuições sobre o próprio sistema da moda de Gilles Lipovetsky (1989).

A metodologia utilizada para esta pesquisa é de natureza analítica, baseada na Semiótica da Cultura e que tem como princípio os processos de observação e interpretação do objeto empírico, considerando a identificação de imprevisibilidades e descontinuidades na semiose de fotografias publicitárias de moda contemporâneas. O *corpus* se compõe em um conjunto de 10 fotografias de moda contemporâneas selecionadas da revista Vogue Brasil no período de um ano, restringindo-se a peças publicitárias que contenham modelos fotografados e que apresentem traços do conceito de explosão de Lotman (1999). O corpo, visto sob a ótica da linguagem fotográfica publicitária, passa por rupturas de sentido a partir da própria forma como é apresentado nos textos, os quais nitidamente o tratam como artifício. Nota-se um corpo que, ao apresentar traços do processo explosivo, aproxima-se do sistema da arte e do texto criativo. Não se pode perder de vista, contudo, a função mercadológica dos corpos que se configuram como manequins de apresentação direta das peças de moda, por outro lado, percebe-se um corpo que, por vezes, rompe com os sentidos de sua materialidade física e de sua condição política, um corpo que reflete sobre os sistemas coercivos – neles a própria moda – que o cercam e que flerta com temáticas como o corpo pós-humano e a virtualidade.