

## O DISCURSO DE EMPODERAMENTO DE LGBTs+ NA MÍDIA: UM ESTUDO SEMIÓTICO

Andréa Mendonça Cunha  
Márcia Regina Curado Pereira Mariano

*Universidade Federal de Sergipe*  
[andreamendonca07@gmail.com](mailto:andreamendonca07@gmail.com)

*Universidade Federal de Sergipe*  
[ma.rcpmariano@gmail.com](mailto:ma.rcpmariano@gmail.com)

**Resumo:** O presente trabalho visa à análise semiótica de base greimasiana do comercial *Simpatia para amarrar o seu amor*, da empresa *Natura*, veiculado na mídia televisiva brasileira no ano de 2017, por ocasião da celebração do Dia dos Namorados. Baseados em Greimas (2014), Barros (1998) e Fiorin (2002), partimos do pressuposto de que todo texto possui mecanismos e procedimentos que os constroem, sendo, portanto, de acordo com Greimas (2014), possível sugerir um modelo de previsibilidade. Diante disso, abordamos, no nosso *corpus*, as modalizações, que dizem respeito à semântica do nível narrativo, privilegiando as competências modais do querer e do poder, com o intuito de traçarmos o programa narrativo principal do texto em análise. Tocamos, ainda, em questões ideológicas, adentrando, portanto, no nível discursivo, a fim de evidenciarmos o posicionamento da mídia diante de discursos de empoderamento de LGBTs+. Para tanto, destacamos a escolha de temas e figuras como elementos semióticos que contribuem para a construção de um discurso polêmico, sujeito a diferentes recepções. Por fim, considerando que vivemos em uma sociedade heteronormativa, permeada de valores patriarcais, machistas e religiosos, o comercial da *Natura*, por trazer um casal lésbico, pode não ser bem visto por uma parte dos consumidores, no entanto, a iniciativa aponta para uma tentativa de adesão dos mais variados grupos e contribui para a visibilidade positiva de uma minoria discriminada.

**Palavras-chave:** Semiótica. Modalizações. Mídia. LGBTs+.