



**REENCONTROS  
NOVOS ESPAÇOS  
OPORTUNIDADES**

**XXXIV SIC** Salão Iniciação Científica

**26 - 30  
SETEMBRO  
CAMPUS CENTRO**

<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2022: SIC - XXXIV SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2022
<b>Local</b>	Campus Centro - UFRGS
<b>Título</b>	Entre as representações e repercussões LGBTQIA+
<b>Autor</b>	LETÍCIA DE SOUZA STEYER
<b>Orientador</b>	ANDRE IRIBURE RODRIGUES

O objetivo deste Projeto de Pesquisa é analisar as representações LGBTQIA+ na publicidade e propaganda veiculadas na televisão aberta brasileira, problematizando a visibilidade de um grupo minoritário em disputa com a norma heterossexual. A partir dessa análise, entende-se o quanto é relevante apontar nas representações os estados de tensão e de disputas de poder com o caráter hegemônico da heteronormatividade nas práticas de gênero. O corpus desta pesquisa, atualmente, é composto de 126 peças publicitárias veiculadas em TV Aberta, ao longo dos últimos 40 anos, que abordam a temática LGBTQIA+. Os comerciais foram categorizados, como estratégia metodológica, em dois grupos: Estereotipados, que reafirmam o modelo hegemônico; e Desconstrucionistas, que tensionam o padrão vigente (Rodrigues, 2008). Nas rotinas da pesquisa, segue-se com a execução do método de coleta de dados do projeto sobre informações a respeito dos comerciais televisivos, após seu fichamento e decupagem de alguns comerciais variantes do modelo heteronormativo, levantados em material veiculado em TV aberta, monitorando os comerciais respectivos na Rede Social Facebook, com os devidos fichamentos, cujos objetivos são: identificar, analisar e questionar o papel da publicidade na (in)visibilidade LGBTQIA+; evidenciar a publicidade como mediadora cultural dos tensionamentos das visibilidades LGBTQIA+ que entra em disputa com o modelo heteronormativo, uma perspectiva de direitos humanos e civis num estado de direito democrático aliado a perspectivas de inclusão social e diversidade; e identificar o potencial de repercussão de temáticas polêmicas, no caso a LGBT, em rede social, a partir de material veiculado em TV aberta, com expectativa de gerar engajamento de públicos com anunciantes.