



UNINDO SUSTENTABILIDADE E LINGUAGEM: CONTRIBUIÇÃO DA MULTIMODALIDADE PARA ECO-PUBLICIDADE

MATEUS HENRIQUE DE JESUS FARIAS SOUSA

Introdução: a persuasão está presente a todo momento, em especial nos textos publicitários. Estes textos fazem parte do nosso dia a dia, por isso é importante analisá-los. Empresas tem usado o texto publicitário para convencer seus possíveis cliente a comprarem seus produtos, mas apesar da mensagem sempre ser comercial, há também a possibilidade da inclusão de outros tipos de mensagem, como a educacional. Por isso, decidimos analisar um vídeo da empresa Nescau que apresenta uma mensagem educativa em relação aos canudos de plásticos e a introdução de canudos de papel, além da temática de pessoas trans. Para essa análise, nos guiaremos pela teoria da Semiótica Social, com conceitos e categorias de análise a partir de teorias da persuasão e da metafunção Mensagem proposta dentro do esquema nomeado "FAMILY". **Objetivo:** identificar e analisar, no corpus, as estratégias multimodais linguísticas persuasivas sobre a temática da sustentabilidade do plástico através da metafunção Mensagem. **Metodologia:** desenvolvemos uma pesquisa de natureza aplicada, de abordagem qualitativa documental e exploratória, com a seleção do corpus no modelo interativo e nas análises seguiremos a análise quadro a quadro. Coletamos os 100 primeiro comentários do vídeo na plataforma Youtube e analisaremos a recepção através destes comentários, categorizando-os adequadamente. **Resultados:** a pesquisa ainda está em desenvolvimento, na fase das análises. **Conclusão:** discutir temáticas como sustentabilidade, pessoas trans e persuasão e como tudo isso se encaixa em um texto publicitário ajuda a esclarecer as técnicas usadas para convencer o cliente, mas também para educar de causas importantes, usando a linguagem como instrumento principal.

Palavras-chave: **MULTIMODALIDADE; SUSTENTABILIDADE; PERSUASÃO; LIM-
FEI; METAFUNÇÃO MENSAGEM**