

METONÍMIA E METÁFORA COMO RECURSOS PARA O EXERCÍCIO DA CRIATIVIDADE EM CAMPANHAS CONTRA A IMPORTUNAÇÃO SEXUAL

Aline Salucci Nunes (UERJ)
alinesalucci@yahoo.com.br

No presente estudo, partimos de uma perspectiva sociocultural de cognição e de linguagem (TOMASELLO, 2003; 2009) e da Teoria da Metáfora Conceptual (KÖVECSES, 2010) para apresentamos uma análise dos recursos metafóricos e metonímicos em dois anúncios de uma campanha contra o assédio no transporte público, no intuito de investigar como essas manifestações linguísticas se relacionam com a criatividade nesses contextos. Através da investigação, foi possível perceber que os recursos metafóricos e metonímicos não aparecem como atos criativos isolados, mas como soluções para amarrar os conceitos construídos discursivamente, além de contribuírem para reforçar e desafiar ideologias.

Palavras-chave: Criatividade. Metonímia. Metáfora conceptual.