



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO  
PAULO SETOR DE PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA APLICADA E  
ESTUDOS DA LINGUAGEM**

Disciplina: DISCIPLINA ELETIVA: Linguística Aplicada II: Metonímia e análise de imagens –  
Um enfoque LSF

**Linha de Pesquisa:** Linguagem e Trabalho

Responsável: 000754 Sumiko Nishitani Ikeda

Créditos: 3

Semestre/Ano: 1º/2019

Dia/Horário: Sexta-feira, 12:45-15:45

Nível: ME/DO

**Disciplina será oferecida em Português**

**Ementa:**

A disciplina objetiva trabalhar com o desenvolvimento de um enquadre sociosemiótico para elucidar o modo como as metonímias conceptuais são realizadas em imagens de propagandas veiculadas no Brasil. A metonímia é considerada como sendo fundamental para a construção do significado visual, em termos de sua representação de objetos/eventos ou de conceitos abstratos, podendo ser tanto icônica (representação direta), quanto indexical. As imagens são índices porque: (a) nunca são réplicas exatas da realidade; (b) podem apenas ser representadas por meio de objetos visíveis (e.g. sintomas da emoção). Assim, a metonímia é um processo cognitivo que evoca um frame, e não meramente uma questão da substituição de expressões linguísticas. Esse frame pode ser referido metonimicamente pela mera menção de uma subparte saliente desses eventos. A pesquisa tem o apoio sociosemiótico, da proposta teórico-metodológica sistêmico-funcional (Halliday e Matthiessen, 2004) e da semiótica visual (Kress e Van Leeuwen, 2006). Os primeiros resultados mostram que as propagandas complementam-se com o frame do leitor, por meio de significados evocados, em vez de inscritas sem ambiguidade, indo, assim, ao encontro das expectativas e necessidades contidas nesse frame.

**Bibliografia:**

DENROCHE, Charles. Text metaphonymy - The interplay of metonymy and metaphor in discourse. *Metaphor and the Social World* 8.1 (2018), KÄRKKÄINEN, E. Stance taking in conversation: From subjectivity to intersubjectivity. *Text & Talk* 26.6: 699-731, 2006.

PINELLI, E. The Role of Metaphor and Metonymy in Framing Terrorism. *Metaphor and the Social World*, 6.1: 134-155. John Benjamins, 2016.

VILLACAÑAS, Beatriz e WHITE, Michael. Pictorial metonymy as creativity source in "Purificación García" advertising campaigns. *Metaphor and the Social World* 3.2, 2013, p. 220-239.

SEMINO, E. *Metaphor in discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

CHARTERIS-BLACK, J. *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis*. London: Palgrave Macmillan, 2004.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press, 1980.

LUCHJENBROERS, J.; ALDRIDGE, M. Conceptual manipulation by metaphors and frames: Dealing with rape victims in legal discourse. *Text & Talk* 27.3: 339-359, 2007.

LI, J. Transitivity and lexical cohesion: Press representations of a political disaster and its actors. *Journal of Pragmatics*, 42.12: 3444-3458, 2010.