

FICHA DE TRABALHO

Linguagem apelativa e recursos de estilo

Nome: Joao Lino

Data: 24/05/2022

1. Os anúncios abaixo são exemplos de linguagem **denotativa** ou **conotativa** aplicada à publicidade.

A)



B)



- 1.1. Identifique a linguagem utilizada em cada um e justifique a sua escolha.

Anúncio A:

R: Conotativa, uma vez que a coca-cola tenta convencer o recetor a efetuar a compra de uma coca-cola para se refrescar.

Anúncio B:

R: Denotativa, uma vez que a marca informa literalmente que o bebé é um rei utilizando uma parte do poema de António Gedeão

- 1.2. Dê outro exemplo de como a linguagem pode ser trabalhada no seu significado não-literário de forma a tornar-se mais apelativa para efeitos de marketing ou literários.



“Não deixe que a pobreza se transforme em paisagem”.

2. Leia o seguinte poema.

Consoada

Quando a **Indesejada das gentes** chegar
(Não sei se dura ou caroável),
talvez eu tenha medo.
Talvez sorria, ou diga:
— Alô, iniludível!
O meu dia foi bom, **pode a noite descer.**
(**A noite** com os seus sortilégios.)
Encontrará lavrado o campo, a casa limpa,
A mesa posta,
Com cada coisa em seu lugar.

Manuel Bandeira BANDEIRA, M., Libertinagem, 1930.

2.1. Note as palavras destacadas a negrito. A que acha que o autor se refere quando escreve “a indesejada das gentes” e “a noite”?

R: O autor refere-se à morte.

2.2. Qual a figura de estilo utilizada quando queremos suavizar ou disfarçar um tema ou situação mais incómodos ou desagradáveis?

R: A figura de estilo utilizada para suavizar ou disfarçar um tema ou situações mais incómodas e desagradáveis é o eufemismo.

3. Dê um exemplo de uma hipérbole que utilize regularmente no seu discurso do dia a dia.

R: Já te disse mais que mil vezes.