

**ANEXOS**

ANEXO I – Quadros de Análise de Nomes e Verbos

NOMES					
Domínio Morfológico			Domínio Semântico-Referencial		Área Temática
Próprio	Comum		Colectivo	Denotativa	
	Abstracto	Concreto			

Adaptado de RIO-TORTO, G., ANASTÁCIO, C. (2004). «Estrutura e Interpretação dos Nomes Depredicativos em Português». In RIO-TORTO, G. *et alii*, *Verbos e Nomes em Português*, Coimbra, Almedina, pp.187-220.

<b>VERBOS</b>			
<b>Estrutura Sintático-Temática</b>	<b>Domínio Semântico-Referencial</b>		<b>Área Temática</b>
	<b>Denotativo</b>	<b>Conotativo</b>	

Adaptado de RODRIGUES, A. (2004). «Condições de Formação de Nomes Postverbais». In RIO-TORTO, G. et alii, *Verbos e Nomes em Português*, Coimbra, Almedina, pp.129-185.

**ANEXO II – Quadro de Adjectivação**

ADJECTIVAÇÃO

### ANEXO III – Quadro de Análise de Função do Slogan

FUNÇÃO do SLOGAN									
Informativa	De Síntese	Interpelação Directa ao Destinatário	Cultural	Moral	Pedagógica	Provocadora	Complementar ou de Ancoragem	Estética	Simbólica

Adaptado de CAPUCHO F. (1994). *O Discurso e as Vozes em Publicidade Teledifundida. Análise Semiociuística*. Lisboa, Universidade Nova de Lisboa. Dissertação de mestrado

## ANEXO IV – Quadro de Análise de Texto Não Verbal

TEXTO NÃO VERBAL		
Qualidades Lexicais	Qualidades Sintáticas	Qualidades Semântico-Pragmáticas
<p><b>a) Elementos Significativos:</b>                      Pessoas <input type="checkbox"/>                      Objectos <input type="checkbox"/>                      Paisagem <input type="checkbox"/>                      Todos <input type="checkbox"/></p> <p><b>b) Cores:</b> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/>                      Cores frias <input type="checkbox"/>                      Cores quentes <input type="checkbox"/>                      Cores neutras <input type="checkbox"/>                      Ambas <input type="checkbox"/></p> <p><b>c) Luminosidade:</b>                      Contraste de cores <input type="checkbox"/>                      Gradação de cores <input type="checkbox"/>                      Ausência de luz <input type="checkbox"/>                      Sombras <input type="checkbox"/></p> <p><b>d) Nítidez:</b>                      Nítida / Real <input type="checkbox"/>                      Desfocada / Deformada <input type="checkbox"/>                      Ambas <input type="checkbox"/></p> <p><b>e) Profundidade de Campo:</b>                      Grande plano <input type="checkbox"/>                      Pormenores <input type="checkbox"/>                      Ambos <input type="checkbox"/></p>	<p><b>a) Movimento:</b>                      A imagem é <b>dinâmica</b>, transmite sensação de movimento <input type="checkbox"/>                       A imagem é <b>estática</b>, não transmite sensação de movimento <input type="checkbox"/></p> <p><b>b) Padrões:</b>                      Ausência <input type="checkbox"/>                      Um único <input type="checkbox"/>                      Vários <input type="checkbox"/>                      Repetição de padrão <input type="checkbox"/></p> <p><b>c) Tamanhos / Formas</b>                      Os elementos têm tamanhos/formas similares <input type="checkbox"/>                       Os elementos têm tamanhos/ formas opostos(as) <input type="checkbox"/></p>	<p>a) A imagem induz para aspectos apenas <b>denotativos</b> <input type="checkbox"/>                      b) A imagem induz para aspectos apenas <b>conotativos</b> <input type="checkbox"/>                      c) A imagem induz simultaneamente para <b>ambos</b> <input type="checkbox"/>                      d) A imagem é <b>ambígua</b> <input type="checkbox"/>                      e) A imagem é <b>inteligível</b> para todas as faixas etárias <input type="checkbox"/>                      f) A imagem é passível de ser descodificada por um grupo específico <input type="checkbox"/>                      g) A imagem revela <b>utilidade</b> para a compreensão do texto <input type="checkbox"/>                      h) A imagem não revela <b>utilidade</b> para a compreensão do texto <input type="checkbox"/>                      i) A imagem tem uma <b>função persuasiva</b> <input type="checkbox"/>                      j) A imagem não tem uma <b>função persuasiva</b> <input type="checkbox"/>                      k) A imagem comunica <b>isoladamente</b> do texto verbal <input type="checkbox"/>                      l) A imagem <b>complementa</b> o texto verbal <input type="checkbox"/>                      m) A imagem possui a <b>mesma mensagem</b> do texto verbal <input type="checkbox"/></p>

Adaptado de PRATA, R. (2008). «Literatura Infantil (texto e ilustração). De uma literatura marginal a uma literatura essencial». In: ...à Beira, nº 8, Covilhã, Universidade da Beira Interior, pp. 335-349.

## ANEXO V – Texto 1

RELÓGIOS  
CAPE COD TONNEAU




O RELÓGIO HERMÈS  
TEM O TEMPO DO SEU LADO



GIFT SHOP AVIZ

Rua Pedro Homem de Melo, N.º, 198 (Edifícios Aviz)  
4150-598 Porto - Telf: 225 321 277  
giftshopaviz@giftshopaviz.com - www.giftshopaviz.com



POSSESSION  
Relógio e joalharia em movimento  
Ouro branco com diamantes  
Pulseira intercambiável

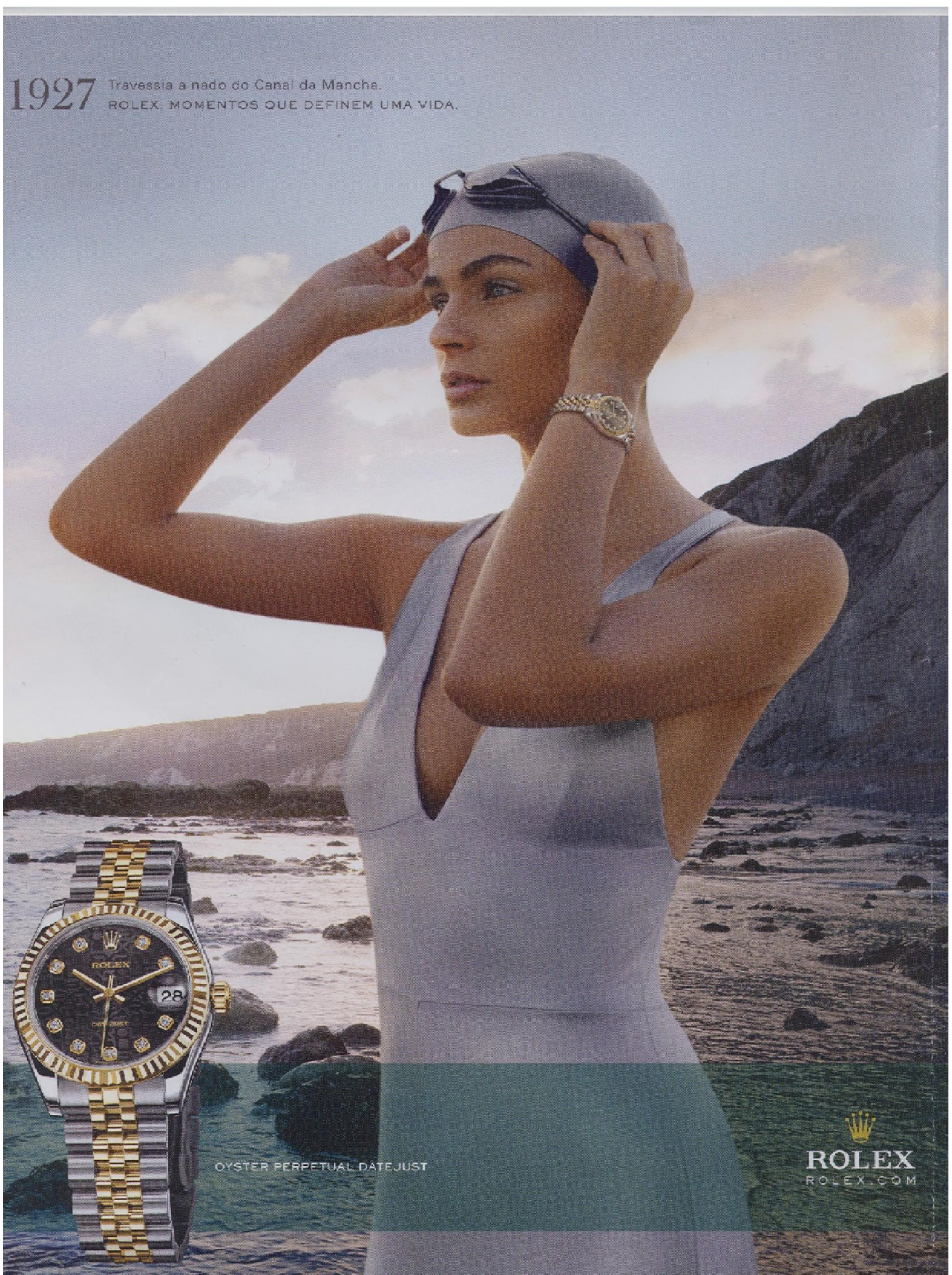
# PIAGET

www.piaget.com

ANGELMO  
1910

LISBOA: Centro Colombo Lj. 1109/10. Tel: 217 165 512  
Amoreiras Shopping Center Lj. 2070/1. Tel: 218 480 738  
www.anselmo1910.com

ANEXO VII – Texto 3



## ANEXO VIII – Texto 4

1860 ——— 1916 ——— 1969 ——— 2009 ———



### PIONEIRA SUÍÇA NA PRECISÃO DESDE 1860

- 1860 Edouard Heuer funda a sua oficina no Jura, Suíça.
- 1916 Primeiro stopwatch mecânico preciso ao 1/100th de segundo.
- 1969 Primeiro cronógrafo automático.
- 2009 TAG Heuer Grand CARRERA Calibre 17 RS.

TAG Heuer, à frente na busca da precisão.

Importação, assistência técnica e catálogo gratuito: tel. 21 811 08 96 [www.torresdistrib.com](http://www.torresdistrib.com)



**TAGHeuer**  
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860



KINETIC DIRECT DRIVE. CAPACIDADE DE GERAR MAIS ENERGIA.  
CONTROLE TOTAL NUNCA ANTES ALCANÇADO.

# SEIKO

DEDICADA À PERFEIÇÃO

**SPORTURA.** Em 1986, a SEIKO inventou o Kinetic, o primeiro relógio do mundo capaz de gerar e acumular a sua própria energia eléctrica. O Kinetic é carregado através do movimento do utilizador. Hoje, a revolução prossegue com o Kinetic Direct Drive. O indicador de reserva de carga em tempo real mostra a energia gerada ao rodar a coroa e também a energia total acumulada. Com vidro de Safira anti-reflexo e uma coroa esculpida para maior aderência. Porque, em desportos de alta velocidade, o controle é tudo.  
[www.seiko.pt](http://www.seiko.pt)

CERTORA: 213 212 600

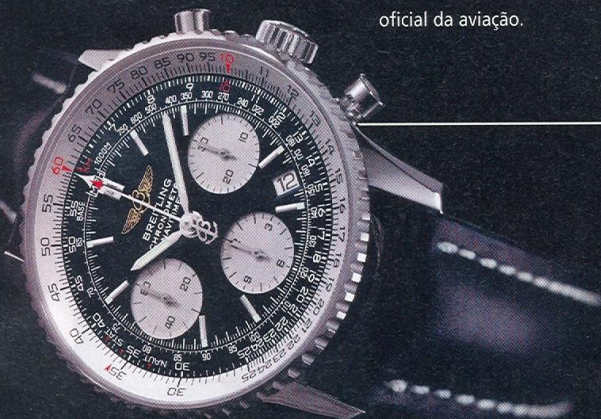


## PROFISSÃO: PILOTO TRABALHO: ACTOR

Conhecemos a estrela, o actor das múltiplas facetas. Mas John Travolta é também um piloto veterano, com mais de 5000 horas de voo e oito qualificações em diversos tipos de aviões, incluindo o Boeing 747-400 Jumbo Jet. Consagra uma paixão a tudo o que encarna o espírito autêntico da aeronáutica. Como os relógios-instrumento Breitling. Desde 1884 que a Breitling partilha todos os grandes momentos da conquista dos ares. Os seus cronógrafos respondem aos mais altos critérios da precisão, robustez e funcionalidade, e são todos equipados com movimentos certificados cronómetros pelo COSC (Controlo Oficial Suíço de Cronómetros). Não é por acaso que somos o fornecedor oficial da aviação.

[WWW.BREITLING.COM](http://WWW.BREITLING.COM)

Paulo Miranda, Joalheiro – Tel. +351 289 865 433



*Breitling Navitimer*  
Um objecto de culto para os apaixonados da aeronáutica.



INSTRUMENTS FOR PROFESSIONALS™

A NOVA FRAGRÂNCIA PARA HOMEM DE  
BURBERRY

THE BEAT

BURBERRY

THE BEAT

HERMÈS  
PARIS

TERRE  
D'HERMÈS

O PERFUME. UMA NOVA DENSIDADE

hermes.com

The advertisement features a surreal landscape where a man in a desert stands with his arms raised, as a massive, glowing orange and red plume of light or smoke rises from the ground, forming the shape of a human face. In the foreground, a clear glass bottle of Terre d'Hermès perfume is shown with a splash of liquid on its cap. The background is a vast, hazy desert under a blue sky.

## ANEXO XIII – Texto 9

### PARIS LA NUIT PARA HOMEM

Uma fragrância amadeirada, abrindo com notas de citrinos, seguidas pela ameixa e cardamomo, na nota de coração, e terminando com cedro e almíscar, na nota de fundo.



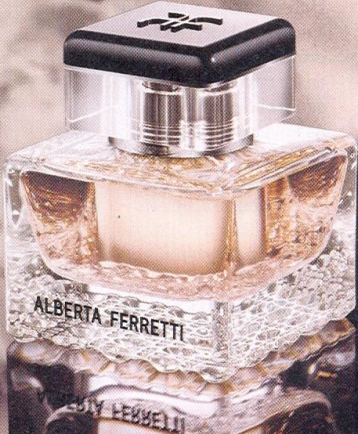


©2009 Fragrâncias Co. Alberta Ferretti é uma marca registrada, propriedade de ALBERTA FERRETTI S.p.A. e é usada sob licença.  
albertaferretti.com Claudia Schiffer para Alberta Ferretti

INSPIRADA NA SENSUALIDADE DE UMA MULHER

# ALBERTA FERRETTI

A NOVA FRAGRÂNCIA



www.clarins.com



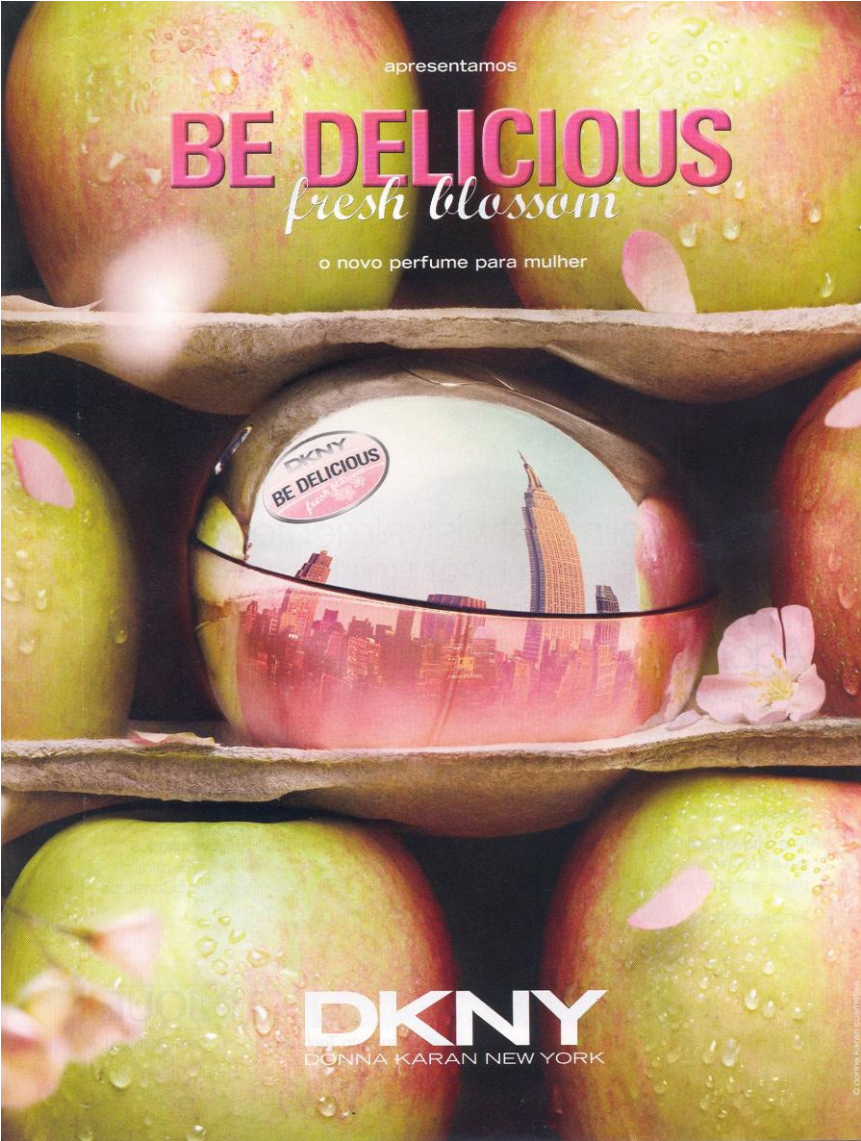
par Amour

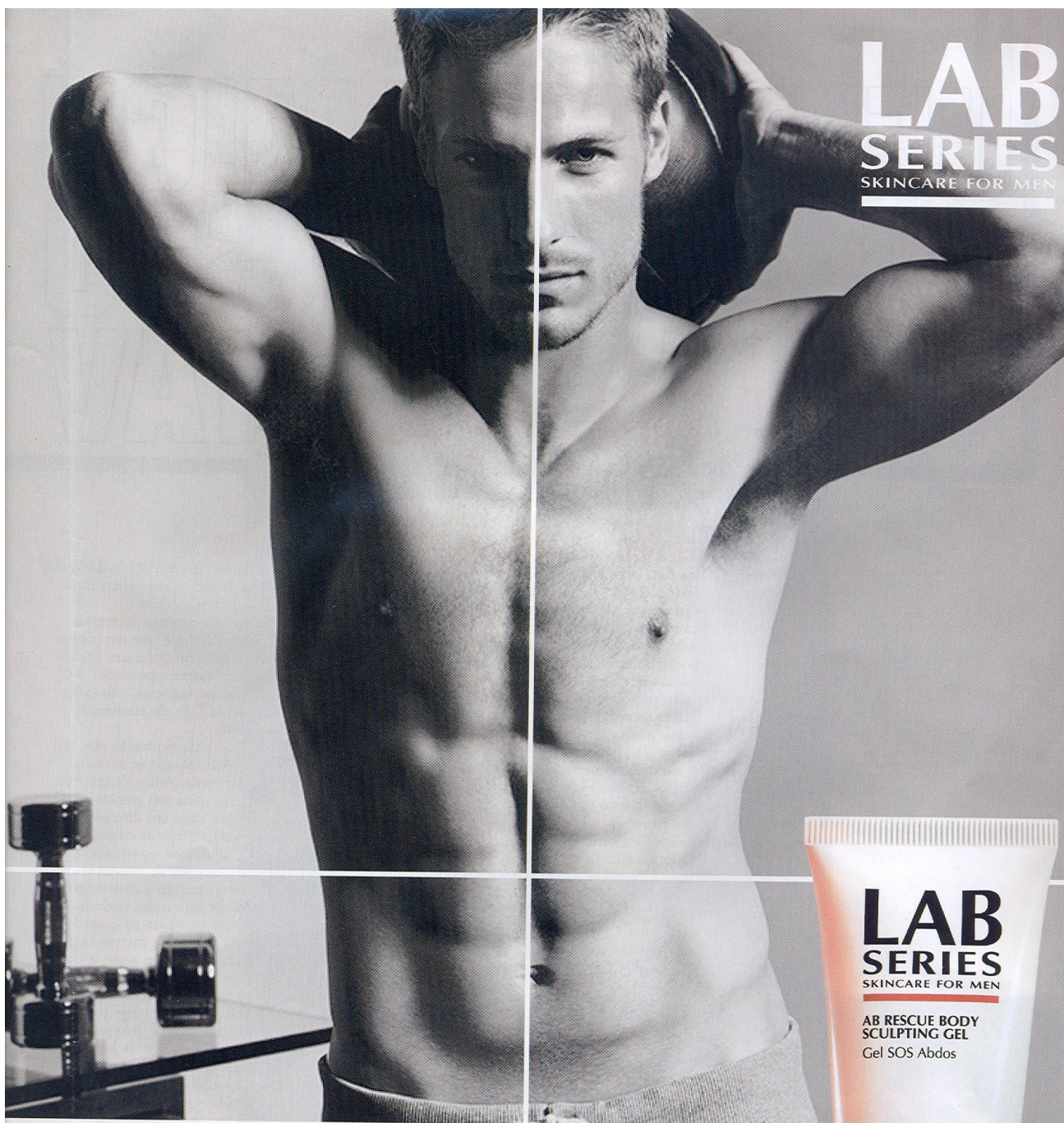
par Amour  
toujours

Amar exprimindo, amar sentido,  
amar partilhando.

O perfume segundo Clarins. **CLARINS**  
PARIS

ANEXO XVI – Texto 12





# boa forma

## AB RESCUE BODY SCULPTING GEL

### Gel para definição da zona abdominal

O objectivo: abdominais mais firmes e definidos. Os meios: alimentação equilibrada e exercício físico. O que pode fazer mais? Aplique Lab Series Ab Rescue. Esta refrescante fórmula em gel, refirma, tonifica e define a zona abdominal. Os abdominais são assim tão importantes? Absolutamente.

BDF ●●●●  
Beiersdorf

**NIVEA**  
FOR MEN

**Nº 1**  
NIVEA: A MARCA DE CUIDADO DO ROSTO MASCULINO\* MAIS VENDIDA EM PORTUGAL.\*\*

**Q10**

O PRIMEIRO BÁLSAMO AFTER-SHAVE QUE  
**DESPERTA O SEU ROSTO**

**SUPERCUP**  
**NIVEA**  
FOR MEN

**managerzone**  
GET IN THE ZONE

Ganhe uma Vespa, playstations e muitos outros prémios em [www.managerzone.com](http://www.managerzone.com)

**WHAT MEN WANT**

\* Inclui Limpeza, After Shave e Cuidado do Rosto  
\*\* Fonte: Nielsen, Vendas Valor, H+S, Ano 2009

**NIVEA FOR MEN**  
REVITALIZANTE  
DUPLA ACÇÃO

AFTER -SHAVE SUAVIZANTE + HIDRATANTE ANTI-FADIGA

**NIVEA FOR MEN**  
REVITALIZANTE  
GEL DE AFEITAR / DE BARBEAR

**NIVEA FOR MEN**  
HIDRATANTE ANTI-FADIGA

COENZIMA CO-ENZIMA **Q10**  
Afeitado suavizado e hidratado para lá do



Vichy inventa  
O Anti-rugas energético  
com Ácido Hialurónico + AHA revitalizantes.  
Resultados visíveis desde a 1ª aplicação\*.

**LIFTACTIV**  
TRATAMENTO ACTIVO ANTI-RUGAS ANTI-FADIGA

De imediato, pele luminosa e mais lisa: 98%.\*  
Em 8 dias, -12% de rugas profundas.\*\*  
Em 1 mês, pele visivelmente mais jovem  
e descansada: 87%.\*



**NOVO**  
Peça conselho ao seu farmacêutico.

A SAÚDE É BELA  
**VICHY**  
LABORATOIRES

\*Auto-avaliação em 53 homens - % de acordo.  
\*\* Teste instrumental sobre o comprimento das rugas de 52 homens.

O seu diagnóstico personalizado em [www.vichyconsult.com.pt](http://www.vichyconsult.com.pt)

**AGE FITNESS 2**  
power 2

toda a força de vida da oliveira  
nova fórmula concentrada para uma pele com:

- elasticidade 87%\*
- luminosidade 90%\*
- alisamento 87%\*

FÓRMULA CONCENTRADA:  
EXTRACTOS PUROS  
DO FRUTO E FOLHA  
DE OLIVEIRA

**BIOTHERM**  
AGE FITNESS 2  
POWER 2

**BIOTHERM**

Sede de juventude?  
Rexaline retém a água  
que retém a juventude.

Uma pele jovem é uma pele rica em ácido hialurônico, mas com o passar do tempo, a quantidade desse ácido diminui e a pele fica seca e o rosto perde densidade. REXALINE HIDRA-DOSE, hidratante\* de alta tecnologia, compensa essa perda ao reter a água ao nível da epiderme e repulpa as rugas. Com Rexaline, a sua pele nunca mais terá sede... de juventude.



Novo: um creme rico  
para as peles secas  
e fragilizadas.



Rexaline EM EXCLUSIVO NA

SEPHORA

\*Hidratação das camadas superiores da epiderme.  
Para qualquer informação adicional contactar as nossas lojas.

VICHY  
LABORATOIRES



A pele contém água em profundidade.  
Ela tem de a captar para se hidratar.

## THERMAL FIX

Tratamento profundo reidratante

Reactiva os hidrocaptadores da  
pele\*: + 45 % de água fixada\*\*.

Thermal Fix, 1º tratamento com Filladyn® que relança a produção dos hidrocaptadores da pele\* para captar a água da derme. Preenchida, a pele reencontra a sua suavidade. Hipoalergénico. Com Água Termal de Vichy.



VICHY. A SAÚDE PASSA TAMBÉM PELA PELE

Peça conselho ao seu Farmacêutico.

[www.vichy.com](http://www.vichy.com)