

ENEM 2011

**SE NO INVERNO É DIFÍCIL ACORDAR,
IMAGINE DORMIR.**

Com a chegada do inverno, muitas pessoas perdem o sono. São milhões de necessitados que lutam contra a fome e o frio. Para vencer esta batalha, eles precisam de você. Deposite qualquer quantia. Você ajuda milhares de pessoas a terem uma boa noite e dorme com a consciência tranquila.

Veja. 05 set. 1999 (adaptado).

O produtor de anúncios publicitários utiliza-se de estratégias persuasivas para influenciar o comportamento de seu leitor. Entre os recursos argumentativos mobilizados pelo autor para obter a adesão do público à campanha, destaca-se nesse texto

- (A) a oposição entre individual e coletivo, trazendo um ideário populista para o anúncio.
- (B) a utilização de tratamento informal com o leitor, o que suaviza a seriedade do problema.
- (C) o emprego de linguagem figurada, o que desvia a atenção da população do apelo financeiro.
- (D) o uso dos numerais “milhares” e “milhões”, responsável pela supervalorização das condições dos necessitados.
- (E) o jogo de palavras entre “acordar” e “dormir”, o que relativiza o problema do leitor em relação ao dos necessitados.