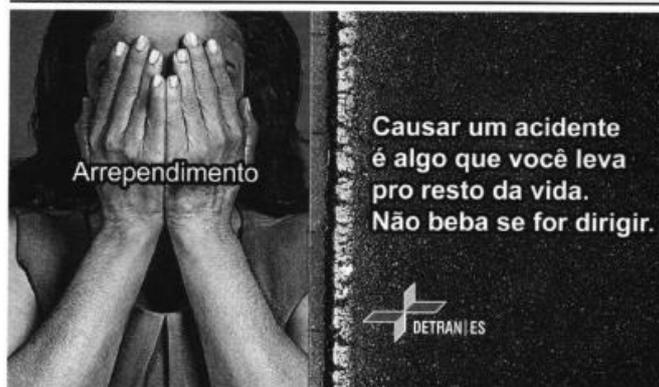


QUESTÃO 20



Disponível em: [www.portaldapropaganda.com.br](http://www.portaldapropaganda.com.br). Acesso em: 29 out. 2013 (adaptado).

Para convencer o público-alvo sobre a necessidade de um trânsito mais seguro, essa peça publicitária apela para o(a)

- A** sentimento de culpa provocado no condutor causador de acidentes.
- B** dano psicológico causado nas vítimas da violência nas estradas.
- C** importância do monitoramento do trânsito pelas autoridades competentes.
- D** necessidade de punição a motoristas alcoolizados envolvidos em acidentes.
- E** sofrimento decorrente da perda de entes queridos em acidentes automobilísticos.

Assunto: Gênero Textual

Nessa campanha publicitária, os recursos verbais e não verbais apelam para o sentimento de culpa provocado no condutor de acidentes, ressaltados pela presença de uma mulher com o rosto coberto por suas mãos e sobre elas, a palavra “arrependimento”.

Item: A