

**MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE
PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA**

INSTITUTO EUVALDO LODI - NÚCLEO REGIONAL DO RIO GRANDE DO NORTE

**XIII PROCESSO SELETIVO PARA CREDENCIAMENTO DE ESTAGIÁRIOS PARA A
ÁREA ADMINISTRATIVA DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO RN**

CADERNO DE QUESTÕES – ÁREA: PUBLICIDADE

NOME:

PREZADO(A) CANDIDATO(A), LEIA ATENTAMENTE AS INSTRUÇÕES A SEGUIR:

1. Este caderno contém 20 (vinte) questões objetivas de múltipla escolha, cada uma valendo 1,0 (um) ponto.
2. A sua Nota Final será o somatório dos pontos atribuídos às questões da Prova de Conhecimentos Gerais (PCG) e a da Prova de Conhecimentos Específicos (PCE) com os seus respectivos pesos dividido por 10.
3. Verifique este Caderno de Questões. Se estiver incompleto ou contiver imperfeição gráfica que prejudique a leitura, solicite IMEDIATAMENTE ao fiscal a sua substituição.
4. Cada questão apresenta cinco opções de resposta (A, B, C, D e E), das quais somente uma atende às condições do enunciado. Interpretar as questões faz parte da avaliação; portanto, é vedado solicitar quaisquer esclarecimentos ao Fiscal.
5. O(a) candidato(a) receberá junto com este caderno de questões, a Folha de Respostas. Verifique se os dados impressos na Folha de Respostas estão corretos. Caso contrário, comunique imediatamente ao Fiscal.
6. Após o recebimento da Folha de Respostas, não a dobre nem a amasse, manipulando-a o mínimo possível. Preencha seu nome no local indicado de forma LEGÍVEL, com caneta esferográfica azul ou preta. Após responder as questões neste caderno, o(a) candidato(a) deverá transcrever todas as alternativas assinaladas para a Folha de Respostas, de acordo com as instruções nela contidas.
7. Questões respondidas na Folha de Respostas, com mais de uma alternativa assinalada, com rasura ou em branco serão anuladas. Portanto, ao preenche-la, faça-o cuidadosamente. Evite erros, pois não será possível a sua substituição.
8. O(A) candidato(a) dispõe de, no máximo, 2 (duas) horas para responder às questões e preencher a FOLHA DE RESPOSTAS. O(a) candidato(a) que se retirar do ambiente de provas após seu término não poderá retornar em hipótese alguma. O candidato deverá permanecer, obrigatoriamente, no local de realização das provas por, no mínimo, 30 minutos após o início das provas.
9. Terminada a prova, avise ao Fiscal, pois este recolherá o Caderno de Questões e a Folha de Respostas na carteira do candidato. Não será permitido ao candidato retirar-se do local de realização das provas levando o Caderno de Questões.
10. Durante a realização da prova, não serão permitidas consultas à legislação, doutrina, jurisprudência, súmula ou anotações de quaisquer espécies, nem o porte de aparelhos eletrônicos, como telefones, *notebooks*, celulares, *palms*, calculadoras e *smart watches*.

CONHECIMENTOS GERAIS

AS QUESTÕES DE 01 A 03 REFEREM-SE A LINGUA PORTUGUESA

01. Qual a sequência CORRETA para preencher as lacunas abaixo?

Já ____ meses, ____ neste local carros e motocicletas. Hoje, só ____ bicicletas.

- a) fazem, havia, existe;
- b) fazem, havia, existe;
- c) fazem, haviam, existem;
- d) faz, havia, existem;
- e) faz, havia, existe.

02. Assinale a alternativa que contém a concordância verbal INADEQUADA.

- a) Haviam belas cachoeiras e frondosas árvores naquela região.
- b) Faz dois anos que visitamos o “Museu de Arte Contemporânea” em Niterói-RJ.
- c) Luiz Henrique ou Gabriel será eleito o novo presidente da empresa.
- d) O relógio indicou sete horas e cinquenta e um minutos.
- e) Estados Unidos é uma boa opção de viagem nessa época do ano.

03. Analise a ortografia e o contexto das palavras grifadas. Todas foram grafadas corretamente, com exceção de uma. Marque-a.

- a) O chefe sempre estava de mau humor.
- b) Meu primo é o mais inteligente de todos.
- c) Nada se discutiu a cerca de sua demissão.
- d) Eu não o vejo há anos!
- e) O bem sempre vence o mal.

AS QUESTÕES 04 E 05 REFEREM-SE A NOÇÕES BÁSICAS DE INFORMÁTICA

04. Dentre os periféricos de um computador, qual das opções a seguir é considerado um periférico de saída?

- a) Mouse
- b) Teclado
- c) Monitor
- d) Microfone
- e) Touchpad

05. Qual dos itens abaixo NÃO pode ser considerado um *software*?

- a) Ubuntu
- b) Microsoft Word
- c) Photoshop
- d) Windows
- e) SSD

AS QUESTÕES 06 E 07 REFEREM-SE A NOÇÕES BÁSICAS DE DIREITO CONSTITUCIONAL

06. De acordo com os princípios fundamentais estabelecidos na Constituição Federal, assinale a opção que apresenta, respectivamente, as formas de Estado e de governo adotadas no Brasil.

- a) Federação e República
- b) Federação e presidencialismo
- c) Presidencialismo e República
- d) República e Federação
- e) República e presidencialismo

07. Constitui objetivo fundamental da República Federativa do Brasil:

- a) A independência nacional.
- b) A solução pacífica de conflitos.
- c) A autodeterminação dos povos.
- d) A construção de uma sociedade livre, justa e solidária.
- e) A cooperação entre os povos para o progresso da humanidade.

AS QUESTÕES DE 08 A 10 REFEREM-SE A NOÇÕES BÁSICAS DE MATEMÁTICA E RACIOCÍNIO LÓGICO

08. Numa cesta há 15 maçãs, 18 laranjas, 7 abacates e 20 limões. Qual o percentual de maçãs existente na cesta?

- a) 37%
- b) 20%
- c) 25%
- d) 15%
- e) 19%

09. Pedro ganha quatro biscoitos de manteiga a cada vez que participa dos afazeres domésticos junto com seus pais. Nos últimos dez dias Pedro participou cinco vezes dos afazeres domésticos. Quantos biscoitos, ao todo, Pedro ganhou nos últimos dez dias?

- a) 4 biscoitos;
- b) 12 biscoitos;
- c) 40 biscoitos;
- d) 20 biscoitos;
- e) 5 biscoitos.

10. Todos os atletas são patriotas. Assim sendo:

- a) O conjunto dos atletas contém o conjunto dos patriotas;
- b) O conjunto dos patriotas contém o conjunto dos atletas;
- c) Todos os patriotas são atletas;
- d) Algum atleta não é patriota;
- e) Nenhum patriota é atleta.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

11. O anúncio abaixo foi retirado do repositório publicitário Só Títulos.



Título: Procure regar com água salgada duas vezes por semana. Havaianas. Inspirada nas flores tropicais brasileiras. (Disponível em www.sotitulos.com.br/havaianas/ | Acesso em 28/08/2019)

Com base no exemplo acima descrito e nas características da linguagem publicitária, pode-se dizer que o texto publicitário possui dois objetivos globais que são:

- a) Informar e persuadir
- b) Manipular e convencer
- c) Informar e manipular
- d) Persuadir e reportar
- e) Reportar e vender.

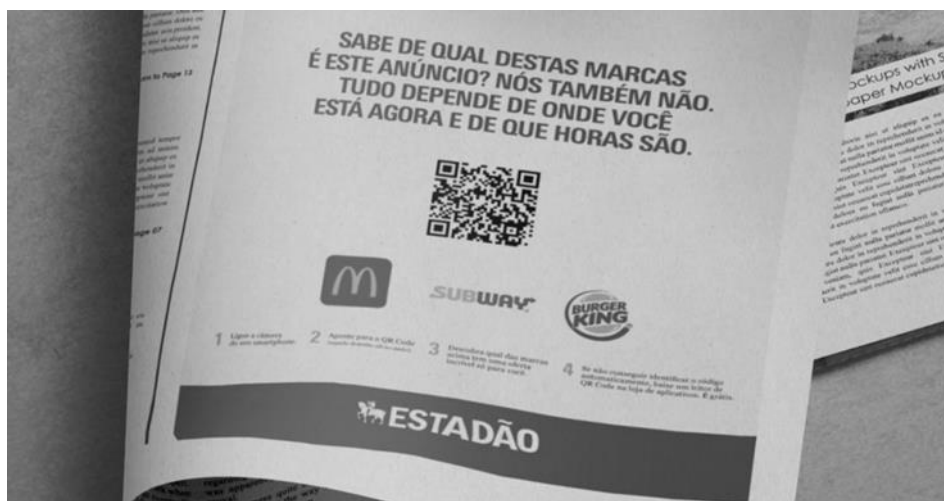
12. Leia o texto abaixo retirado de um repositório de notícias publicitárias.

A Nestlé lançou um quiosque tecnológico para que consumidores montem a caixa de bombons criando sua própria seleção. O "Ícones by Chocobot" tem uma interface interativa e gameficada, que permite ao cliente escolher 15 bombons, dentre os 18 disponíveis, das marcas Nestlé e Garoto. Leandro Cervi, head de chocolates da Nestlé Brasil, comenta a iniciativa. "Essa é uma oportunidade para que os consumidores escolham, de uma forma única e por meio de uma experiência tecnológica e ultrapersonalizada, aquelas que são icônicas para cada um deles. Ao mesmo tempo, o desenvolvimento do robô com nossas equipes e parceiros fizeram parte de um processo extremamente gratificante para nós da Nestlé", afirma. Além de montar a seleção de sua preferência, o cliente pode personalizar a caixa com uma mensagem de até 35 caracteres e adesivos. O preço do serviço é único, no valor de R\$ 13,99, e o quiosque fica no Shopping Morumbi, em São Paulo. (Retirado de: <http://propmark.com.br/mercado/nestle-inaugura-quiisque-com-robô-que-monta-caixa-de-bombons> | Acesso em 28/08/2019).

Pode-se dizer que o novo paradigma do marketing contemporâneo, que está relatado no exemplo acima, abrange:

- a) Robótica e computação quântica
- b) Robótica e personalização
- c) Inteligência Artificial e CRM
- d) Personalização e biotecnologia
- e) Inteligência Artificial e Comunicação de Massa.

13. O anúncio abaixo, veiculado em uma empresa jornalística, exemplifica as mudanças que as mídias impressas vêm apresentando, diante da emergência das novas mídias.



Desenvolvido em parceria com o jornal O Estado de S.Paulo e Isobar Brasil, esse foi o piloto do primeiro anúncio programático já feito para a mídia impressa. A campanha é baseada em anúncio impresso com QRCode, que conta com as ofertas das redes de fast-food McDonald's, Burger King e Subway, todos eles veiculados de forma simultânea. A determinação de qual oferta será entregue ao consumidor dependendo apenas de sua geolocalização e do horário da leitura do QRCode. Dessa

forma, é possível garantir que a pessoa impactada receba o serviço mais relevante e adequado para aquele momento. Esse novo formato fará com que anunciantes dos mesmos segmentos dividam a página e ofereçam, em tempo real, suas melhores ofertas aos leitores. O desenvolvimento da mecânica e tecnologias aplicadas ao projeto foram criadas pela Isobar Worldsourcing, com a estratégia programática feita em conjunto com a Amnet. (Retirado de: <https://www.publicitarioscriativos.com/redes-de-fast-food-criam-um-unico-anuncio-que-ira-ser-segmentando-pela-sua-geolocalizacao-e-horario>).

Com base nesse anúncio e nas tendências de comunicação, é CORRETO afirmar que a publicidade nos dias de hoje tem buscado:

- a) Interação, multimídia e comunicação vertical;
- b) Interação, convergência e comunicação horizontal;
- c) Transmissão, comunicação de massa e comunicação vertical;
- d) Transmissão, personalização e comunicação vertical;
- e) Multimídia, horizontalidade e comunicação massiva.

14. Observe o anúncio abaixo veiculado para a empresa TAM Viagens:



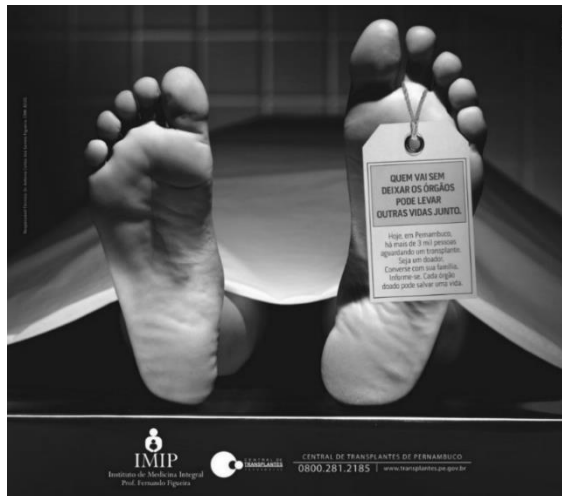
(Retirado de: <http://www.sotitulos.com.br/wp-content/uploads/2017/12/TAM2.jpg>)

Sobre a criação publicitária é CORRETO afirmar que:

- a) Anúncios precisam ter menos de 10 palavras;
- b) O texto é um elemento que prevalece sobre a imagem;
- c) Texto e imagem são elementos independentes em um anúncio;
- d) Títulos são frases de grande impacto que direcionam a ação;
- e) A imagem tem prevalência sobre o texto.

AS QUESTÕES CONTINUAM NA PRÓXIMA PÁGINA

15. Celso Figueiredo afirma que o sucesso de uma peça de comunicação é a existência de uma mensagem clara, uma afirmação sobre a marca ou o produto que desejamos fixar na mente dos cidadãos. Devemos trazer nossa mensagem à tona, acima da massa disforme de dados. Com base nesse conteúdo, observe a campanha abaixo:



TEXTO DA IMAGEM:

QUEM VAI SEM DEIXAR OS
ÓRGÃOS PODE LEVAR
OUTRAS VIDAS JUNTO.

Hoje, em Pernambuco, há mais de 3 mil pessoas aguardando um transplante. Seja um doador. Converse com sua família. Informe-se. Cada órgão doado pode salvar uma vida.

A partir dela, julgue as quatro afirmações abaixo:

- I – Ela possui uma afirmação básica.
- II - Trata-se de uma abordagem por amor.
- III - Trata-se de uma peça All Type.
- IV - A peça manipula a opinião do público e faz com que todas as pessoas que não eram doadoras sejam convencidas a doar.

São verdadeiras as alternativas:

- a) Apenas I;
- b) Apenas II;
- c) II e V;
- d) II e IV;
- e) I e III.

16. O anúncio abaixo foi veiculado no Dia do Publicitário, no jornal Correio do Estado.



Considerando-se os critérios de diagramação utilizados em publicidade pode-se afirmar que se trata de uma diagramação:

- a) All Type
- b) Saia e Blusa
- c) Por Boxes
- d) Mista
- e) Livre

17. Leia o texto abaixo e responda à questão que se segue:

Uma empresa de telecomunicações pode identificar quais clientes compram serviços com maior margem de lucro, ou seja, demandam proporcionalmente menos atenção e investimentos de marketing, comparados àqueles que gastam pouco e não gastarão mais no futuro. Peneirando as informações sobre padrões de cada cliente, perfil demográficos, produtos e serviços usados, a empresa consegue identificar e traçar estratégias para se comunicar com os seus consumidores no longo prazo. (Adaptado do livro “Marketing para Mercados de Alta Tecnologia e de Inovações”).

Pode-se afirmar que a estratégia de marketing acima relatada se refere a um tipo de marketing conhecido como:

- a) Marketing Interno;
- b) Marketing de Relacionamento;
- c) Marketing de Massas;
- d) Marketing 3.0;
- e) Marketing de Conteúdo.

18. Os anúncios abaixo, para mídia exterior, foram veiculados pelo Banco Itaú.



Com base nas imagens e mediante os pressupostos da linguagem publicitária, pode-se dizer que a linguagem publicitária nesta campanha:

- a) Faz uso da função fática, com ênfase no canal;
- b) Faz uso da função metalinguística, com ênfase no texto;
- c) Faz uso da função conativa, com ênfase no receptor;
- d) Faz uso da função emotiva, com ênfase na criatividade;
- e) Faz uso da função emotiva, com ênfase no emissor.

AS QUESTÕES CONTINUAM NA PRÓXIMA PÁGINA

19. Observe o anúncio abaixo e a seguir, responda à questão:



É função do título publicitário:

- a) Esgotar o assunto tratado;
- b) Funcionar basicamente sem imagens;
- c) Informar sem recursos de persuasão;
- d) Despertar o interesse pela leitura do texto;
- e) Ser generalista evitando direcionamento.

20. Criatividade é um campo que tangencia e ancora o fazer publicitário. Sobre as fases do processo criativo propostas por Wallas (1973) foram feitas quatro afirmações:

- I - Incubação é a fase inicial, onde as principais referências são coletadas.
- II - Insight corresponde à iluminação, em que a solução é percebida de modo consciente.
- III - Elaboração é a fase inconsciente, de descanso, onde as ideias são reorganizadas.
- IV - As etapas podem acontecer fora de uma ordem definida.

Estão CORRETAS as afirmações:

- a) I e II
- b) II e IV
- c) I e III
- d) III e IV
- e) II e III