

# Concurso Público

## IFSULDEMINAS • 2015

Desenhista  
Técnico  
Especializado



---

**Nome do candidato**  
**Por favor, abra somente quando autorizado.**





## INSTRUÇÕES GERAIS

1. A prova terá, no máximo, 3 (três) horas de duração, incluído o tempo destinado à transcrição do gabarito na Folha de Respostas.
2. Este caderno contém 40 questões de múltipla escolha, assim distribuídas:

**Prova de Língua Portuguesa**, com **10** questões, numeradas de **01** a **10**.

**Prova de Legislação**, com **05** questões, numeradas de **11** a **15**.

**Prova de Informática Básica**, com **05** questões, numeradas de **16** a **20**.

**Prova de Conhecimentos Específicos**, com **20** questões, numeradas de **21** a **40**.

3. Cada questão apresenta 5 alternativas, de (a) a (e). O candidato deverá lê-las, atentamente, antes de responder a elas.
4. Caso o Caderno esteja incompleto ou com defeito, o candidato deverá solicitar ao aplicador, durante os primeiros 20 minutos, as providências cabíveis.
5. Nenhuma folha poderá ser destacada, durante a realização das provas, exceto a destinada para anotação na Folha de Respostas (rascunho).
6. O candidato deverá passar o gabarito para a Folha de Respostas, utilizando caneta esferográfica azul ou preta.
7. O candidato deverá entregar ao aplicador este caderno de questões e a Folha de Respostas identificada com nome e número de inscrição.
8. O candidato só poderá se retirar do recinto, após 1 (uma) hora, contada a partir do efetivo início da prova.
9. O gabarito e a relação de candidatos aprovados serão divulgados no sítio [www.ifsuldeminas.edu.br/concurso](http://www.ifsuldeminas.edu.br/concurso).



# LÍNGUA PORTUGUESA

## Texto 1

### Para além do *status*: o consumo emocional

[1º§] A constatação é banal: à medida que as nossas sociedades enriquecem, surgem, incessantemente, novas vontades de consumir. Quanto mais consumimos, mais queremos consumir: a época da abundância é indissociável de um alargamento indefinido da esfera das satisfações desejadas e de uma capacidade de pôr fim aos apetites de consumo, sendo a saturação de uma necessidade acompanhada de novas exigências. Daí a pergunta habitual: a que se deve essa escalada sem fim das necessidades? O que faz o consumidor correr incansavelmente?

[2º§] (...) Os sociólogos críticos, das décadas de 60 e 70 do século XX, tentaram responder a essas questões desconstruindo a ideologia das necessidades, tendo interpretado o consumo como uma lógica de diferenciação social. Não haveria um objeto desejável em si mesmo, nem atração exercida pelas coisas em si. Mas uma pressão contínua em termos de prestígio e de reconhecimento, *status* e integração social. Estrutura de troca social sustentada pela lógica da posição e das competições pelo *status*, o consumo é definido como um campo de símbolos distintivos, procurando os atores não tanto desfrutarem de um valor usual, mas exibirem um *status*, inscreverem-se numa posição tão elevada quanto possível na hierarquia de símbolos concorrenciais.

[3º§] Nessa perspectiva, a corrida aos bens de consumo pode apenas esgotar-se no sentido em que se escora nas lutas simbólicas com vista à apropriação de traços diferenciais. São as estraté-

gias distintas e as lutas de concorrência entre as classes sociais que se encontram na origem da excrecência gigantesca do consumo e da impossibilidade de atingir um limiar de saturação das necessidades.

[4º§] (...) Digamo-lo sem rodeios: a sociologia que se pretendia crítica revelou não ter acompanhado o seu tempo (...), no preciso momento em que o valor usual dos objetos ganhava uma consistência inédita, em que os referenciais do conforto, do prazer e dos lazeres começavam a impor como fins capazes de orientar os comportamentos da maioria das pessoas. Já em 1964, E. Dichter assinalava que o *status* se tornara uma motivação secundária na aquisição de um automóvel. Com efeito, o mesmo era válido para a televisão, os aparelhos eletrodomésticos, as férias ou a praia, cuja sedução não pode ser explicada meramente a partir do modelo da distinção. A verdade é que, a partir dos anos 50-60, aceitar um modo de vida mais fácil e confortável, mais livre e hedonista constituía já uma motivação muito importante para os consumidores. Exaltando os ideais da felicidade privada, do lazer, a publicidade e os meios de comunicação social favoreceram comportamentos de consumo menos sujeitos ao primado do julgamento do outro. Viver melhor, usufruir dos prazeres da vida, não se privar daquilo que se deseja, dispor do supérfluo tornaram-se comportamentos cada vez mais legítimos, fins em si mesmos. O culto do bem-estar de massa começou a minar a lógica das despesas em função do *status* social, promovendo um modelo de consumo individualista.

[5º§] É um fato que, durante todo esse ciclo, o consumo manteve um forte potencial de prestígio, não deixando de valorizar os objetos como sinais tangíveis de sucesso, provas de ascensão e de integração social, vetores de consideração respeitável. Os auto-

móveis americanos revestem-se de cromados e adquirem formas aerodinâmicas para impressionar os olhares alheios, para criar uma imagem de superioridade social. Tal como o indivíduo exhibe orgulhosamente os objetos como emblemas de *status*, também a publicidade se empenha em gabar os produtos como símbolos de posição social: os anúncios publicitários de automóvel, de batenteira ou de aspirador de pó apresentam mulheres maquiadas, charmosas e elegantes.

[6º§] (...) Prolongando o regime dos gastos para ostentação, essa fase de consumo tornou o hedonismo<sup>1</sup> uma finalidade legítima de massa, ao mesmo tempo em que transformou o ambiente ou o estilo do consumo, envolvendo-o num halo de ligeireza e de diversão, jovialidade e erotismo. *Juke-box, flipper, pin-up, scooter, rock n'roll, rádio, televisão, Club Mediterranée, design pop, calças jeans e minissaias* são, certamente, artigos muito dispare, mas que, associados à juventude e ao *Eros*<sup>2</sup>, à mobilidade e à liberdade, à provocação e ao divertimento, dinamizaram o imaginário do consumo. O momento “pesado”, enfático e competitivo do produto cedeu terreno a uma mitologia eufórica e lúdica, frívola e juvenil. Assim, a natureza híbrida desse ciclo apresenta-se, à escala histórica, como uma forma de compromisso entre o consumo tradicional e o consumo hedonista individualista.

LIPOVETSKY, Gilles. “Para além do *status*: o consumo emocional” e “Do consumo ostentatório ao consumo experiencial” \_In: **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. Lisboa: Edições 70, 2010. p. 33-35 – fragmento de texto adaptado.

**Vocabulário de apoio:**

<sup>1</sup> **hedonismo**: cada uma das doutrinas que concordam na determinação do prazer como o bem supremo, finalidade e fundamento da vida moral, embora se afastem no momento de explicitar o conteúdo e as características da plena fruição, assim como os meios para obtê-la.

<sup>2</sup> **Eros**: na psicanálise, é o termo que designa as pulsões da vida; forma de expressão amorosa associada à sensualidade.

## QUESTÃO 01

O título do **texto 1** está explicado no trecho:

- a) "São as estratégias distintivas e as lutas de concorrência entre as classes sociais que se encontram na origem da excrecência gigantesca do consumo e da impossibilidade de atingir um limiar de saturação das necessidades."
- b) "Prolongando o regime dos gastos para ostentação, essa fase de consumo tornou o hedonismo uma finalidade legítima de massa, ao mesmo tempo em que transformou o ambiente ou o estilo do consumo, envolvendo-o num halo de ligeireza e de diversão, jovialidade e erotismo."
- c) "Quanto mais consumimos, mais queremos consumir: a época da abundância é indissociável de um alargamento indefinido da esfera das satisfações desejadas e de uma capacidade de pôr fim aos apetites de consumo, sendo a saturação de uma necessidade acompanhada de novas exigências."
- d) "Tal como o indivíduo exhibe orgulhosamente os objetos como emblemas de *status*, também a publicidade se empenha em gabar os produtos como símbolos de posição social: os anúncios publicitários de automóvel, de bateadeira ou de aspirador de pó apresentam mulheres maquiadas, charmosas e elegantes."
- e) "Estrutura de troca social sustentada pela lógica da posição e das competições pelo *status*, o consumo é definido como um campo de símbolos distintivos, procurando os atores não tanto desfrutarem de um valor usual, mas exibirem um *status*, inscreverem-se numa posição tão elevada quanto possível na hierarquia de símbolos concorrenciais".



## QUESTÃO 02

É objetivo do texto:

- a) Analisar mudanças nos padrões de consumo atuais.
- b) Criticar ideologias sociológicas sobre o ato de consumir.
- c) Exaltar a noção de felicidade atribuída ao ato de consumir.
- d) Expor atitudes consumistas a partir das décadas de 50-60.
- e) Conceituar relações de consumo na sociedade contemporânea.

## QUESTÃO 03

No **texto 1**, **NÃO** se utilizou a estratégia argumentativa de

- a) contraste.
- b) comparação.
- c) escolha vocabular.
- d) impessoalização de voz.
- e) argumento de autoridade.

## QUESTÃO 04

São características do gênero ensaio, presentes no texto 1, **EXCETO**:

- a) modelo de raciocínio dedutivo.
- b) prosa livre sobre um tema específico.
- c) discurso simétrico entre interlocutores.
- d) abordagem discursiva de natureza filosófica.
- e) estrutura dissertativo-argumentativa padrão.

## QUESTÃO 05

A palavra sublinhada, interpretada entre colchetes, condiz com seu significado no **texto 1**, em:

- a) O momento “pesado”, enfático e competitivo do produto cedeu terreno a uma mitologia eufórica e lúdica, frívola e juvenil. [efetiva]
- b) Assim, a natureza híbrida desse ciclo apresenta-se, à escala histórica, como uma forma de compromisso entre o consumo tradicional e o consumo hedonista individualista. [típica]
- c) São as estratégias distintivas e as lutas de concorrência entre as classes sociais que se encontram na origem da excrecência gigantesca do consumo e da impossibilidade de atingir um limiar de saturação das necessidades. [superfluidade]
- d) Exaltando os ideais da felicidade privada, do lazer, a publicidade e os meios de comunicação social favoreceram comportamentos de consumo menos sujeitos ao primado do julgamento do outro. [dolo]

- e) Prolongando o regime dos gastos para **ostentação**, essa fase de consumo tornou o hedonismo uma finalidade legítima de massa, ao mesmo tempo em que transformou o ambiente ou o estilo do consumo, envolvendo-o num halo de ligeireza e de diversão, jovialidade e erotismo. [modéstia]

## QUESTÃO 06

O valor semântico de cada conjunção/locução conjuntiva em negrito, nas sentenças a seguir, está corretamente assinalado em:

- a) “(...) **à medida que** as nossas sociedades enriquecem, surgem, incessantemente, novas vontades de consumir.” (explicação)
- b) “**Tal como** o indivíduo exhibe orgulhosamente os objetos como emblemas de *status*, também a publicidade se empenha em gabar os produtos como símbolos de posição social (...)”. (causa)
- c) “(...) são, certamente, artigos muito díspares, **mas** que, associados à juventude e ao *Eros*, à mobilidade e à liberdade, à provocação e ao divertimento, dinamizaram o imaginário do consumo.” (adição)
- d) “**Com efeito**, o mesmo era válido para a televisão, os aparelhos eletrodomésticos, as férias ou a praia, cuja sedução não pode ser explicada meramente a partir do modelo da distinção.” (consequência)
- e) “São as estratégias distintivas e as lutas de concorrência entre as classes sociais que se encontram na origem da excrescência gigantesca do consumo **e** da impossibilidade de atingir um limiar de saturação das necessidades.” (alternância)

## QUESTÃO 07

No trecho: "O culto do bem-estar de massa começou a minar a lógica das despesas em função do *status* social, **promovendo** um modelo de consumo individualista.", o uso do gerúndio apresenta um valor semântico de

- a) duração.
- b) progressão.
- c) anterioridade.
- d) posterioridade.
- e) simultaneidade.

## QUESTÃO 08

A colocação do pronome oblíquo átono tal como aparece em cada sentença é obrigatória em:

- a) E. Dichter assinalava que o *status* **se** tornara uma motivação secundária na aquisição de um automóvel.
- b) Digamo-**lo** sem rodeios: a sociologia que se pretendia crítica revelou não ter acompanhado o seu tempo (...),
- c) Nessa perspectiva, a corrida aos bens de consumo pode apenas esgotar-**se** no sentido em que se escora nas lutas simbólicas com vista à apropriação de traços diferenciais.
- d) Os automóveis americanos revestem-**se** de cromados e adquirem formas aerodinâmicas para impressionar os olhares alheios, para criar uma imagem de superioridade social.

- e) Assim, a natureza híbrida desse ciclo apresenta-se, à escala histórica, como uma forma de compromisso entre o consumo tradicional e o consumo hedonista individualista.

## Texto 2

### Barriga de cerveja

por Marilene Felinto

A indústria de bebida alcoólica no Brasil, especialmente a de cerveja, tem se valido sistemática e vergonhosamente das técnicas de manipulação da propaganda, utilizadas pela publicidade, para sustentar uma verdadeira campanha de embebedamento de toda uma geração de jovens do país, com foco nos rapazes de 13 a 25 anos. É toda uma legião de crianças, adolescentes e jovens adultos apresentando sinais precoces de dependência do álcool – exatamente a camada mais vulnerável e maleável à influência da propaganda.

(...) A propaganda só não diz aquilo que é verdadeiro no que se refere ao consumo da cerveja: que ela faz crescer um aleijão de barriga nos homens, além de provocar outros males gravíssimos – desgasta o organismo, altera a mente; compromete a disposição para o trabalho, gera desemprego, violência, acidentes de trânsito; causa todo tipo de doença, lesões no estômago, esôfago, pâncreas, fígado, entre outros. Para não falar da desgraça que o consumo de álcool estimulado pela indústria da publicidade instaura em milhares de famílias, transformando em alcoólatras – ou “alcoolistas”, como se diz hoje – principalmente pais de família das classes baixas.

Fonte: Revista Caros Amigos – janeiro/2005 – fragmento de texto adaptado

## QUESTÃO 09

De acordo com esse fragmento de texto, o discurso presente nas propagandas de cerveja é

- a) idôneo.
- b) taxativo
- c) falacioso.
- d) autêntico.
- e) peremptório.

## QUESTÃO 10

Considerando-se a opinião sobre a publicidade, presente nos **textos 1 e 2**, constata-se que o ponto de vista defendido no **texto 2**

- I. desconstrói a visão defendida no texto 1.
- II. extrapola a visão proposta no texto 1.
- III. tangencia a opinião do autor no texto 1.
- IV. sintetiza os argumentos presentes no texto 1.

Estão corretos os itens:

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

## LEGISLAÇÃO

### QUESTÃO 11

Considerando-se a Lei Federal n.º 10.520/02, que instituiu a modalidade de licitação denominada pregão,

- a) é responsabilidade da equipe de apoio deliberar acerca da homologação e da adjudicação do objeto do pregão.
- b) consideram-se bens e serviços comuns, aqueles cujos valores globais não ultrapassem o limite de R\$ 8.000,00 (oito mil reais).
- c) poderá ser realizado o pregão por meio da utilização de recursos de tecnologia da informação, nos termos de regulamentação específica.
- d) para julgamento e classificação das propostas, poderão ser adotados os seguintes critérios: menor preço, melhor técnica, preço e técnica.
- e) a convocação dos interessados será efetuada por dois meios: afixação de cópia do instrumento convocatório no mural da sede da entidade promotora do certame e publicação do edital em seu respectivo sítio eletrônico oficial.

## QUESTÃO 12

No que se refere à Lei n.º 8.112/90, que dispõe sobre o Regime Jurídico dos Servidores Públicos, analise os itens abaixo e marque **(V)** para verdadeiro e **(F)** para falso:

- ( ) Remoção é o deslocamento do servidor, a pedido ou de ofício, no âmbito do mesmo quadro, com ou sem mudança de sede.
- ( ) Recondução é o retorno do servidor estável ao cargo anteriormente ocupado.
- ( ) Readaptação é a investidura do servidor em cargo de atribuições e responsabilidades compatíveis com a limitação que tenha sofrido em sua capacidade física ou mental verificada em inspeção médica.
- ( ) Reintegração é o retorno à atividade de servidor aposentado.

A sequência correta é:

- a) F – V – V – F
- b) F – V – F – V
- c) V – F – F – F
- d) V – F – V – V
- e) V – V – V – F



## QUESTÃO 13

À luz da Lei n.º 8.429/92, sobre improbidade administrativa, pode-se determinar que:

- a) Para incorrer em improbidade administrativa, a pessoa precisa ser um servidor público.
- b) É possível que o sucessor daquele que se enriqueceu ilicitamente seja alcançado para ressarcimento ao erário público.
- c) Considerando a gravidade dos atos de improbidade administrativa, são imprescritíveis as ações destinadas a levar a efeitos as sanções previstas na Lei n.º 8.429/92.
- d) O Ministério Público, se não intervir no processo como parte, atuará facultativamente nos casos em que houver lesão ao patrimônio público por ação dolosa ou culposa do agente.
- e) O ressarcimento integral do dano, a perda da função pública, a suspensão da nacionalidade e dos direitos políticos, o pagamento de multa civil e a proibição de contratar com o Poder Público, por prazo indeterminado, são penalidades previstas na Lei n.º 8.429/92.

## QUESTÃO 14

De acordo com o art. 38 da Constituição Federal de 1988, ao servidor público da administração direta, autárquica e fundacional, no exercício de mandato eletivo, aplicam-se as seguintes disposições:

- I- Tratando-se de mandato eletivo federal, estadual, distrital ou municipal, ficará afastado de seu cargo, emprego ou função;
- II- Investido no mandato de Prefeito, havendo compatibilidade de horários, perceberá as vantagens de seu cargo, emprego ou função, sem prejuízo da remuneração do cargo eletivo, e, não havendo compatibilidade, será afastado do cargo, emprego ou função, sendo-lhe facultado optar pela sua remuneração;
- III- Em qualquer caso que exija o afastamento para o exercício de mandato eletivo, seu tempo de serviço será contado para todos os efeitos legais, exceto para promoção por merecimento;
- IV- Para efeito de benefício previdenciário, no caso de afastamento, os valores serão determinados como se no exercício estivesse.

Estão corretas as afirmativas:

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

## QUESTÃO 15

Conforme previsto no *caput* do art. 37 da Constituição Federal de 1988, são princípios da Administração Direta e Indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios:

- a) Legalidade, Impessoalidade, Moralidade, Publicidade e Eficiência.
- b) Legalidade, Pessoalidade, Honestidade, Culpabilidade e Publicidade.
- c) Legalidade, Impessoalidade, Honestidade, Culpabilidade e Eficiência.
- d) Discricionariedade, Pessoalidade, Honestidade, Publicidade e Moralidade.
- e) Discricionariedade, Impessoalidade, Moralidade, Culpabilidade e Eficiência.

## INFORMÁTICA BÁSICA

### QUESTÃO 16

Um usuário, utilizando o Windows Explorer, clicou com o botão direito do mouse em um arquivo e, no menu de opções exibido, clicou na opção Propriedades. Por meio da janela de Propriedades exibida, o usuário poderá:

- I- definir o arquivo como "Oculto".
- II- criar um atalho para o arquivo.
- III- definir o arquivo como "Apenas leitura".
- IV- alterar a data em que o arquivo foi criado.

Estão corretas as afirmativas:

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

## QUESTÃO 17

A respeito do gerenciamento de arquivos e pastas do Windows 7, analise as afirmativas abaixo.

- I- Um arquivo que está definido como “oculto” pode ser modificado e deletado.
- II- A quantidade máxima de espaço em disco ocupada pela Lixeira pode ser modificada.
- III- Ao deletar um arquivo que possui um atalho na área de trabalho, o atalho é automaticamente removido.
- IV- Ao excluir um arquivo muito grande, o Windows poderá informar ao usuário que o arquivo é grande demais para ser armazenado na Lixeira e que o excluirá permanentemente.

Estão corretas as afirmativas:

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

## QUESTÃO 18

O aplicativo acessório do Windows 7 que pode ser utilizado para produzir desenhos nos formatos “.gif” e “.tif” é o

- a) Paint.
- b) Photoshop.
- c) PowerPoint.
- d) LibreOffice Draw.
- e) Visualizador de imagens.

## QUESTÃO 19

O Writer, ferramenta de edição de texto do LibreOffice 4.x, permite:

- I- proteger contra alterações células não consecutivas de uma tabela.
- II- hifenizar automaticamente palavras dentro de uma célula em uma tabela.
- III- manter selecionadas várias palavras não consecutivas em diferentes páginas.
- IV- alterar o tipo de fonte do texto de uma imagem JPG inserida no documento.

Estão corretas as afirmativas:

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

## QUESTÃO 20

A planilha seguinte foi elaborada no Calc do LibreOffice 4.x

	A	B
1		
2	1	1
3	3	3
4	2	2
5	1	2
6	2	1

Ao inserir a fórmula “=SOMASE(A2:A6;1;B2:B6)”, em uma célula em branco da planilha, o resultado será

- a) 1
- b) 3
- c) 4
- d) 9
- e) 18

## CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

### QUESTÃO 21

O corte longitudinal de uma porta de 80 x 210 cm é representado no desenho em escala com as medidas de 4 x 10,5 cm. Nesta situação, indique a escala utilizada no desenho.

- a) 1:10
- b) 1:20
- c) 1:50
- d) 1:100
- e) 10:1

### QUESTÃO 22

Um galpão mede 24 x 20 m. Ao desenharmos a planta baixa deste galpão na escala 1:50, indique o tamanho necessário do desenho em centímetros.

- a) 12 x 10 cm
- b) 24 x 20 cm
- c) 48 x 40 cm
- d) 72 x 60 cm
- e) 96 x 80 cm



## QUESTÃO 23

De acordo com a NBR 8403, os tipos de linha fornecem informações indispensáveis para o entendimento do desenho técnico.

Dentre os tipos de linha enumerados abaixo, identifique o que descreve corretamente as respectivas funções.

- a) Contínua larga: contornos visíveis e arestas visíveis.
- b) Contínua estreita à mão livre: eixos, linhas de centro e trajetória.
- c) Tracejada larga: linhas de chamada e contornos de seções rebatidas na própria vista.
- d) Traço e ponto estreita: linhas de cota, linhas auxiliares, linhas de chamada e hachuras.
- e) Contínua estreita: limites de vistas ou cortes parciais ou interrompidas se o limite não coincidir com linhas traço e ponto.

## QUESTÃO 24

Em relação à NBR 10068 que trata da folha de desenho – leiaute e dimensões, pode-se afirmar que

- a) a direção de leitura da legenda deve corresponder à do desenho.
- b) as folhas de desenho devem ser utilizadas sempre na posição horizontal.
- c) a margem direita tem a mesma dimensão em todos os formatos, pois serve para ser perfurada e utilizada no arquivamento.
- d) a legenda deve ser posicionada no canto inferior direito em folhas horizontais e no canto inferior esquerdo em formatos verticais.
- e) o formato básico para desenhos técnicos é o retângulo de área igual a  $1\text{ m}^2$  e de lados medindo 841 mm x 1189 mm, designado por A1.

## QUESTÃO 25

Em relação ao formato e ao dobramento de cópias em desenho técnico, analise as afirmativas abaixo e marque (V) para verdadeiro ou (F) para falso.

- ( ) Em formatos grandes como o A0, é permitido ocultar a legenda após o dobramento da folha.
- ( ) O formato final do dobramento de cópias de desenhos nos formatos A0, A1, A2 e A3 deve ser o formato A4.
- ( ) O quadro limita o espaço destinado ao desenho.
- ( ) Para todos os formatos da série A, a legenda deve ter comprimento de 175 mm.
- ( ) O dobramento das folhas deve ser feito em dobras verticais a partir do lado direito.

A sequência correta é:

- a) F, F, V, F, F
- b) F, V, F, V, V
- c) F, V, V, F, V
- d) V, F, F, V, F
- e) F, F, F, F, V

## QUESTÃO 26

Em relação ao desenho de caracteres normalizados, é correto afirmar que

- a) na execução de um esboço, não é necessária a utilização de escrita normalizada.
- b) é recomendado que as letras maiúsculas possuam linhas mais finas do que as minúsculas.
- c) é possível utilizar escrita inclinada à esquerda num ângulo de 10 graus em relação à vertical.
- d) a altura da letra minúscula é tomada como base para o dimensionamento da caligrafia normalizada.
- e) para microfilmagem e outros processos de reprodução, é necessário que a distância entre caracteres corresponda, no mínimo, a duas vezes a largura da linha.

## QUESTÃO 27

Nas regras que regem a representação técnica,

- a) é possível suprimir vistas do desenho caso não demonstre detalhes importantes, exceto a vista superior.
- b) o desenho de peças simétricas admite a representação de uma parte do todo, dispensando a indicação de linhas de simetria.
- c) quando necessário, admite-se o uso de vistas fora da posição determinada pelo método de projeção, exceto para a vista principal.
- d) na representação de uma peça, é recomendável utilizar no mínimo três vistas a fim de garantir que todos os detalhes importantes sejam visualizados.
- e) o uso de linhas tracejadas é preferível ao uso de cortes e seções já que os dois últimos tornam o desenho mais complexo e, por isso, de difícil compreensão.

## QUESTÃO 28

Analise as afirmativas abaixo em relação às normas técnicas apropriadas e marque **(V)** para verdadeiro ou **(F)** para falso.

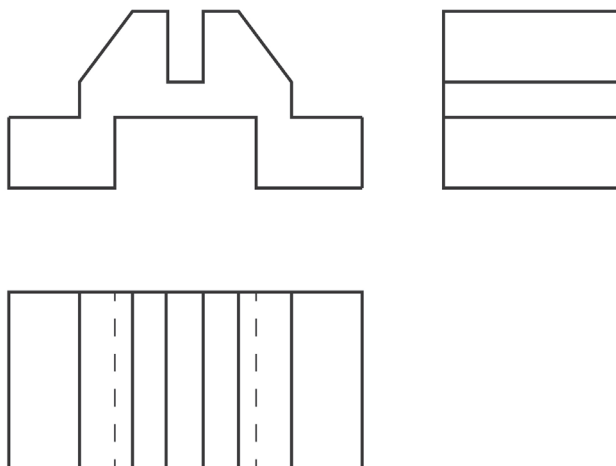
- ( ) O plano de corte deve ser identificado com letra minúscula e o sentido de observação por setas.
- ( ) Em arquitetura e engenharia civil, as escalas utilizadas são em sua maioria de ampliação.
- ( ) Ao adotar uma escala de redução para o desenho, suas cotas não são reduzidas na mesma escala.
- ( ) As hachuras têm direções diferentes quando o corte aplicado é feito por vários planos paralelos.
- ( ) Em desenho técnico, as hachuras são representadas em linhas finas

A sequência correta é:

- a) F, V, F, V, V
- b) F, F, V, F, V
- c) V, V, F, V, F
- d) F, F, V, V, F
- e) V, F, V, F, V

## QUESTÃO 29

Analise o desenho técnico abaixo:

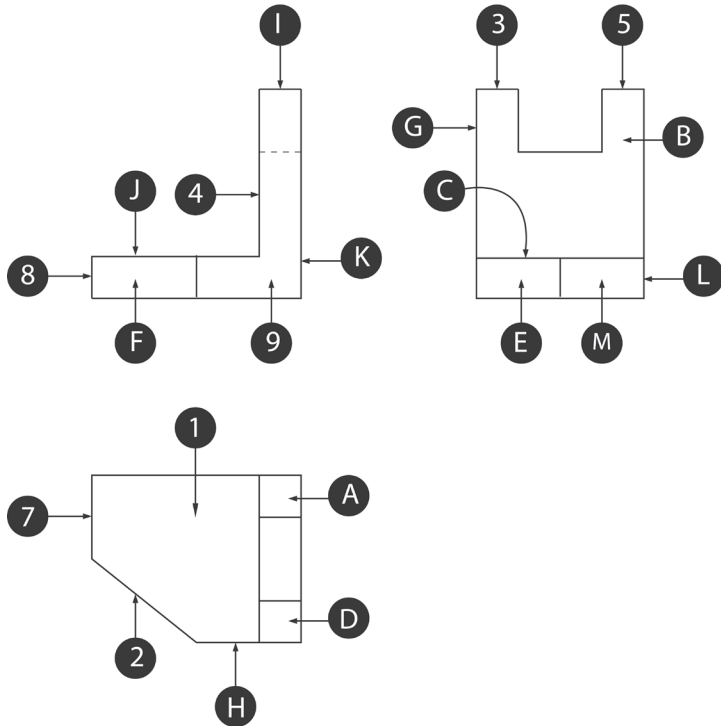


É correto afirmar que:

- a) O objeto está representado no 3º diedro.
- b) As linhas tracejadas dificultam o entendimento da peça.
- c) A vista frontal fornece todas as informações sobre a peça.
- d) É possível eliminar a vista lateral sem prejudicar o entendimento da peça.
- e) A vista superior deveria ser representada através de um corte longitudinal.

### QUESTÃO 30

A figura abaixo é de um objeto desenhado em três projeções (vista frontal, vista lateral esquerda e vista superior).



Identifique:

1. A letra, na vista superior, que representa o número 3 da vista lateral.
2. O número, na vista frontal, que representa a letra B da vista lateral.
3. A letra, na vista lateral, que representa o número 7 da vista superior.



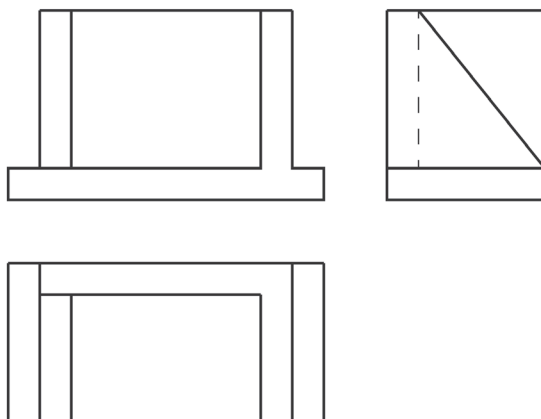
4. A letra, na vista lateral, que representa o número 9 da vista frontal.
5. O número, na vista superior, que representa a letra C na vista lateral.

A sequência correta é:

- a) A,4,M,L,2
- b) D,8,M,B,1
- c) D,9,G,M,2
- d) A,4,E,L,1
- e) H,8,E,B,7

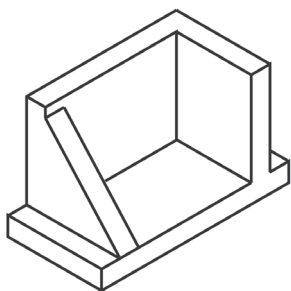
### QUESTÃO 31

Considere a projeção ortogonal abaixo.

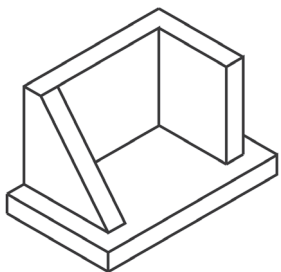


Indique a representação correta da perspectiva isométrica.

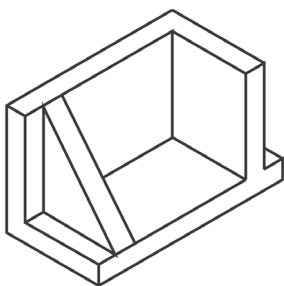
a)



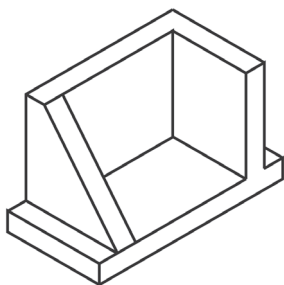
b)



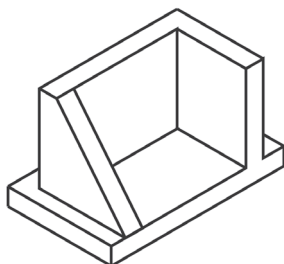
c)



d)

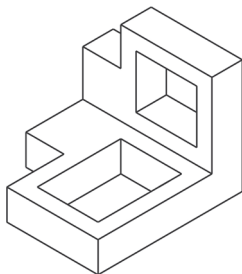


e)



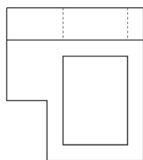
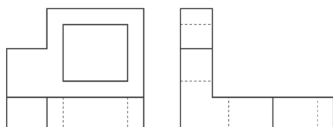
### QUESTÃO 32

Considere o objeto abaixo representado em perspectiva isométrica.

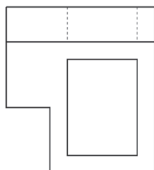
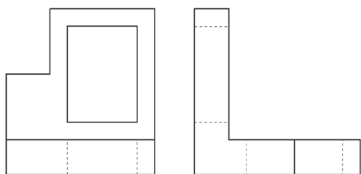


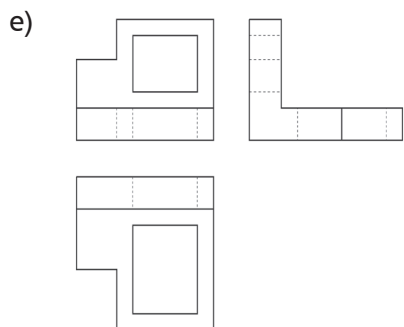
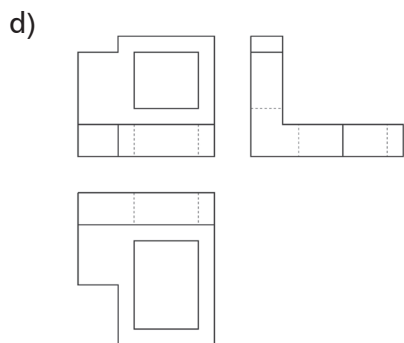
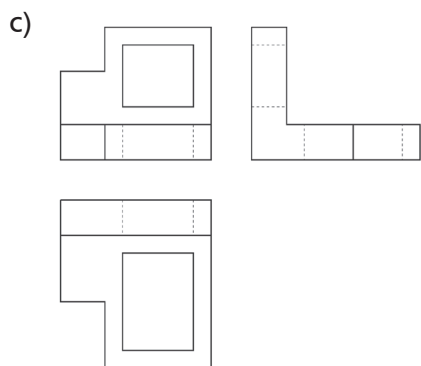
Indique a representação correta da projeção ortogonal para o 1º diedro.

a)



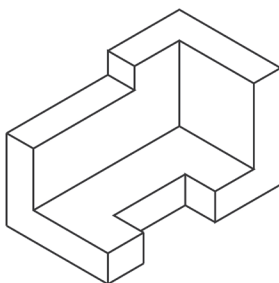
b)





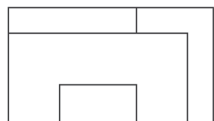
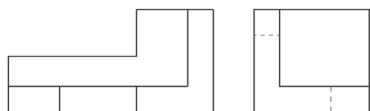
### QUESTÃO 33

Considere o objeto abaixo representado em perspectiva isométrica.

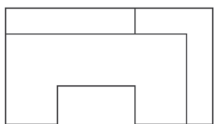
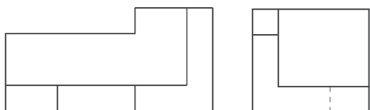


Indique a representação correta da projeção ortogonal para o 1º diedro.

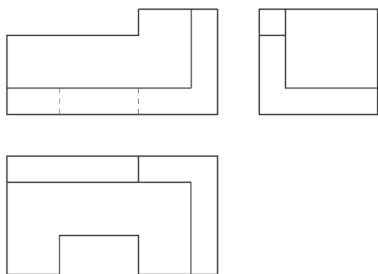
a)



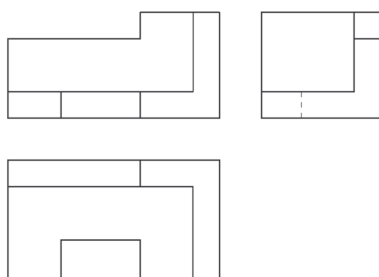
b)



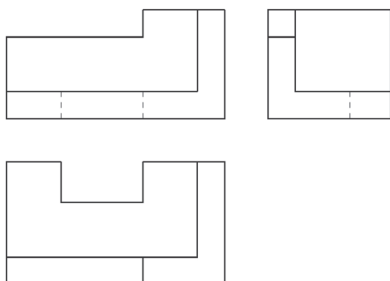
c)



d)

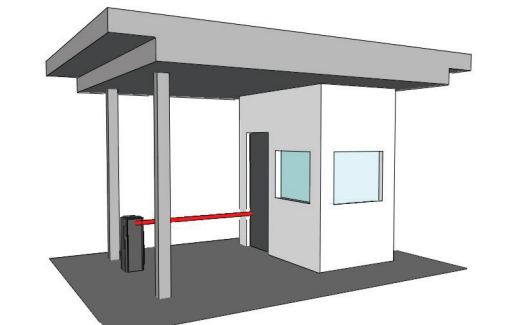


e)

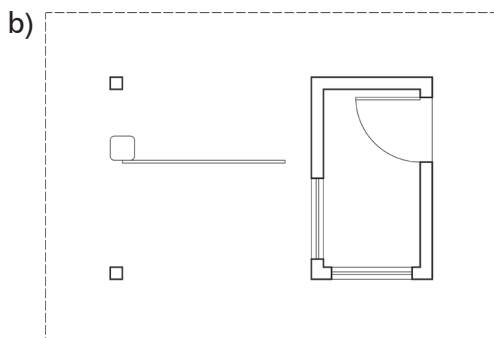
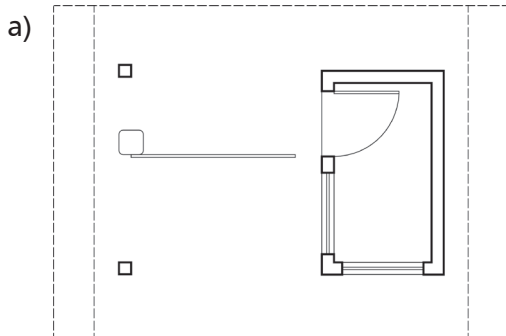


### QUESTÃO 34

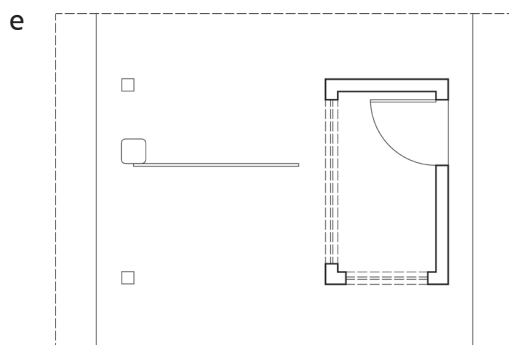
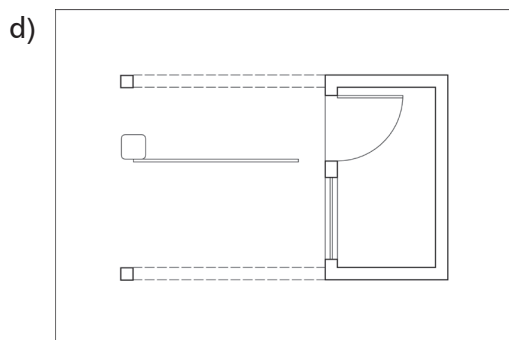
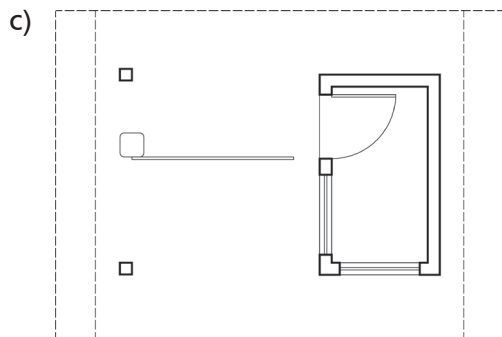
A imagem abaixo mostra o projeto de uma guarita, representado em três dimensões.



A planta baixa correspondente à perspectiva acima é:

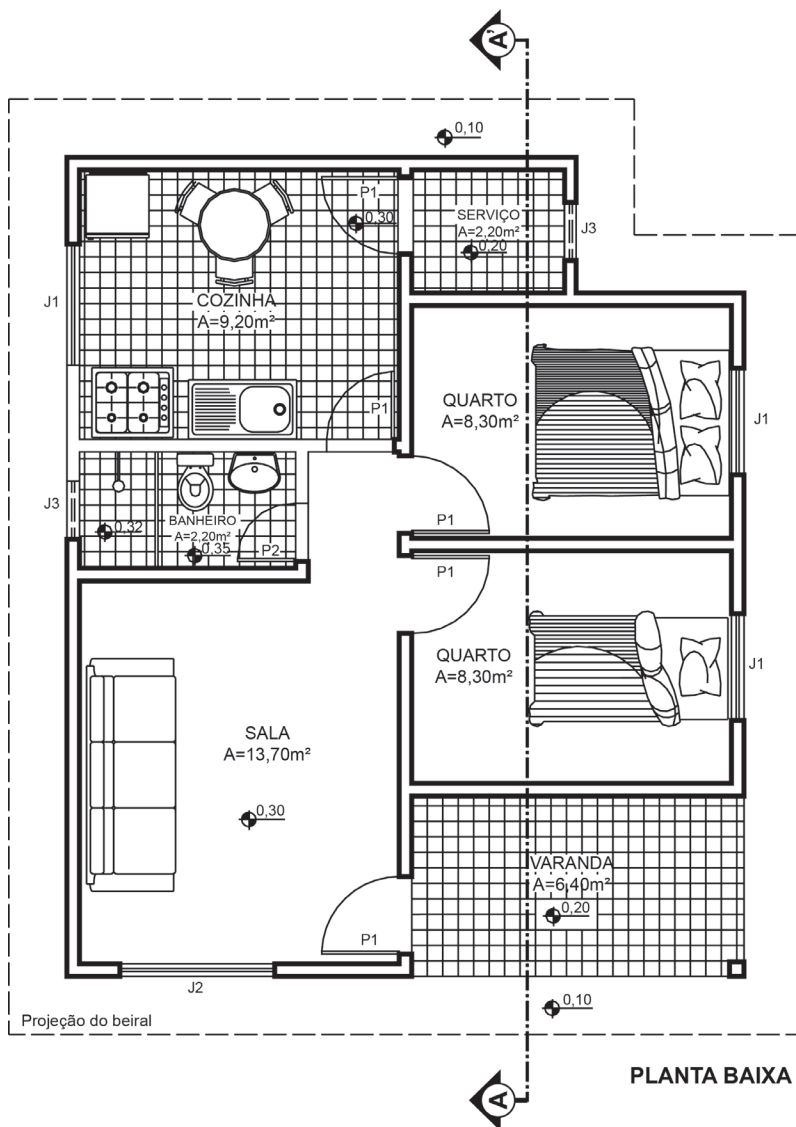






## QUESTÃO 35

Observe a planta representada abaixo.



Após a análise da figura, conclui-se que

- a) o beiral não aparece no corte AA'.
- b) o corte AA' mostrará as janelas dos quartos.
- c) os pisos da cozinha e do serviço estão no mesmo nível.
- d) a diferença de nível entre a varanda e a sala é de 15 cm.
- e) as janelas do tipo J3 são altas com o peitoril acima de 1,50 m em relação ao piso.

## QUESTÃO 36

As ferramentas de precisão no AutoCAD podem ser acessadas através da Barra de Status ou através de atalhos. Sobre as ferramentas de precisão, é correto afirmar:

- a) É possível desenhar linhas sempre ortogonais aos eixos de coordenadas, utilizando-se o *Object Snap Tracking*.
- b) *Grid Mode*: O *Grid* é uma grade similar a um papel milimetrado que irá preencher todo o *Model Space* (e o *Paper Space*, se desejado) quando acionada.
- c) O *Object Snap* mostra caixas e menus próximos ao cursor que auxiliam na execução dos comandos. Servem como uma extensão da Caixa de Comando.
- d) Quando o *Ortho Mode* está ativo, é possível desenhar linhas com qualquer ângulo de inclinação e rastrear o ponto médio de qualquer forma geométrica.
- e) Com a ferramenta *Dynamic Input*, é possível rastrear os pontos notáveis de uma entidade geométrica como mediana, perpendicular, tangente, centro etc.

## QUESTÃO 37

No painel *modify*, encontramos as ferramentas de edição. Elas são usadas para modificar as propriedades das entidades geométricas ou para criar formas novas a partir de entidades já existentes.

Sobre as ferramentas de edição, podemos afirmar, **EXCETO**:

- a) *Trim*: permite cortar uma ou mais entidades que se interceptam com outras.
- b) *Mirror*: permite espelhar uma ou mais entidades ao longo de um eixo definido pelo usuário.
- c) *Copy*: utilizado para gerar entidades idênticas às originais, na posição definida pelo usuário.
- d) *Stretch*: aumenta ou diminui os objetos selecionados, mantendo as proporções depois de mudar sua escala.
- e) *Explode*: faz com que objetos agrupados em uma única entidade sejam novamente separados em suas formas primárias.

## QUESTÃO 38

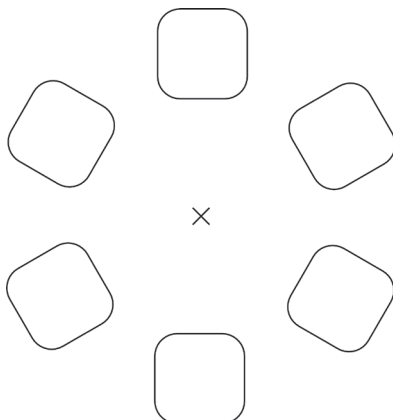
A escala a ser escolhida para um desenho depende da complexidade do objeto ou do elemento a ser representado e da finalidade da representação.

O procedimento para colocar o desenho em escala no AutoCAD é:

- a) Abrir uma *viewport* ao redor do desenho no *model space* para visualizar o formato.
- b) Utilizar o comando *scale* no *paper space* para definir a escala apropriada para o desenho e suas cotas.
- c) Utilizar o *zoom dynamic* para colocar o desenho na escala em relação ao formato escolhido no *model space*.
- d) Desenhar o formato ao redor do desenho no *model space* e aplicar o *zoom scale* com um valor relativo ao *paper space*.
- e) A partir do formato desenhado no *paper space*, abrir uma *viewport* para visualizar o desenho e, em seguida, usar o *zoom scale* para definir a escala apropriada.

### QUESTÃO 39

O desenho abaixo foi realizado em duas etapas. Na primeira, um retângulo de 2 x 2cm teve seus cantos arredondados, usando raio de 0,5cm. Na segunda etapa, o retângulo foi copiado 6 vezes ao redor do ponto marcado pelo x.

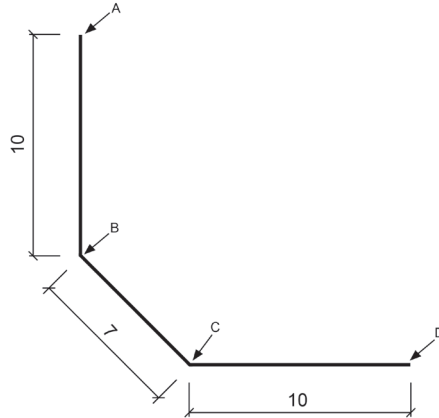


Os comandos usados para executar a primeira e a segunda etapa, respectivamente, foram

- a) *Trim* e *copy*.
- b) *Fillet* e *array*.
- c) *Stretch* e *rotate*.
- d) *Modify* e *Offset*.
- e) *Chamfer* e *mirror*.

## QUESTÃO 40

No AutoCAD, é possível desenhar linhas com vários segmentos através de coordenadas, usando o comando *polyline*. Os pontos que formam os segmentos da *polyline*, abaixo, foram nomeados com as letras A, B, C e D.



Sabendo-se que o ponto A é o início da *polyline*, as coordenadas, utilizadas para executar o segmento BC, foram

- a) @7,45.
- b) @10,10.
- c) @7<45.
- d) @7<315.
- e) @10<270.







# IFSULDEMINAS

## Concurso Público 2015

### Folha de Respostas (rascunho)

#### Língua Portuguesa

01.  A  B  C  D  E
02.  A  B  C  D  E
03.  A  B  C  D  E
04.  A  B  C  D  E
05.  A  B  C  D  E
06.  A  B  C  D  E
07.  A  B  C  D  E
08.  A  B  C  D  E
09.  A  B  C  D  E
10.  A  B  C  D  E

#### Legislação

11.  A  B  C  D  E
12.  A  B  C  D  E
13.  A  B  C  D  E
14.  A  B  C  D  E
15.  A  B  C  D  E

#### Informática Básica

16.  A  B  C  D  E
17.  A  B  C  D  E
18.  A  B  C  D  E
19.  A  B  C  D  E
20.  A  B  C  D  E

#### Conhecimentos Específicos

21.  A  B  C  D  E
22.  A  B  C  D  E
23.  A  B  C  D  E
24.  A  B  C  D  E
25.  A  B  C  D  E
26.  A  B  C  D  E
27.  A  B  C  D  E
28.  A  B  C  D  E
29.  A  B  C  D  E
30.  A  B  C  D  E
31.  A  B  C  D  E
32.  A  B  C  D  E
33.  A  B  C  D  E
34.  A  B  C  D  E
35.  A  B  C  D  E
36.  A  B  C  D  E
37.  A  B  C  D  E
38.  A  B  C  D  E
39.  A  B  C  D  E
40.  A  B  C  D  E

