



CÓD: OP-010AB-23
7908403534562

CRATO-CE

CÂMARA MUNICIPAL DE CRATO – CEARÁ-CE

Auxiliar de Serviços Gerais

EDITAL DEFINITIVO DO CONCURSO PÚBLICO Nº 001/2023

Língua Portuguesa

1. Compreensão e interpretação de textos. Tipos e gêneros textuais.	5
2. Frase e oração.	14
3. Língua padrão: ortografia	16
4. Acentuação gráfica.....	17
5. Pontuação	18
6. Classes de palavras	19
7. Concordância nominal e verbal	26
8. Regência verbal e nominal.....	28
9. Sintaxe de colocação.	29
10. Produção Textual.	30
11. Formação de palavras.	30
12. Palavras primitivas e derivadas.	30
13. Variação linguística	30

Conhecimentos Matemáticos

1. Raciocínio lógico matemático.	41
2. Conjuntos. Operações Fundamentais: adição, subtração, multiplicação e divisão. Resolução de Problemas.	65
3. Sistema de numeração decimal. Números racionais. Medida de tempo.	76
4. Regra de três simples e porcentagem.....	78

Conhecimentos Específicos Auxiliar de Serviços Gerais

1. Finalidades da limpeza.	83
2. Racionalização do trabalho.	85
3. Seleção e organização das atividades: ergonomia aplicada ao trabalho.	86
4. As técnicas de uso, limpeza, conservação, utilização e guarda dos materiais, equipamentos, estrutura física, produto de limpeza, ferramentas, instrumentos e equipamentos peculiares ao trabalho, conservação, organização e limpeza dos alimentos, cozinha e despensa; orientação e distribuição das atividades de preparação de alimentos; técnicas de controle do estoque de todos os materiais de consumo, bens duráveis e patrimoniais serviços de limpeza e faxina na unidade de trabalho. Técnicas de varrição, lavagem e higienização das instalações, salas, pátios, banheiros e dos equipamentos.	89
5. Normas de segurança do trabalho. Utilização, guarda e manutenção dos equipamentos de proteção individual (EPIs). ..	120
6. Ética.	126
7. Noções de Primeiros Socorros.	135
8. Noções sobre a prática do trabalho;	141
9. Relações interpessoais;	152
10. Noções básicas sobre conferência de materiais. Noções de higiene e limpeza, conservação, organização interna e externa. Controle de estoque de materiais de consumo, bens duráveis e patrimoniais	162
11. Destinação do lixo.	162
12. Equipamentos para a segurança e higiene.	166
13. Ética profissional.....	172

- Lista
- Manual
- Notícia
- Poema
- Propaganda
- Receita culinária
- Resenha
- Seminário

Vale lembrar que é comum enquadrar os gêneros textuais em determinados tipos textuais. No entanto, nada impede que um texto literário seja feito com a estruturação de uma receita culinária, por exemplo. Então, fique atento quanto às características, à finalidade e à função social de cada texto analisado.

ARGUMENTAÇÃO

O ato de comunicação não visa apenas transmitir uma informação a alguém. Quem comunica pretende criar uma imagem positiva de si mesmo (por exemplo, a de um sujeito educado, ou inteligente, ou culto), quer ser aceito, deseja que o que diz seja admitido como verdadeiro. Em síntese, tem a intenção de convencer, ou seja, tem o desejo de que o ouvinte creia no que o texto diz e faça o que ele propõe.

Se essa é a finalidade última de todo ato de comunicação, todo texto contém um componente argumentativo. A argumentação é o conjunto de recursos de natureza linguística destinados a persuadir a pessoa a quem a comunicação se destina. Está presente em todo tipo de texto e visa a promover adesão às teses e aos pontos de vista defendidos.

As pessoas costumam pensar que o argumento seja apenas uma prova de verdade ou uma razão indiscutível para comprovar a veracidade de um fato. O argumento é mais que isso: como se disse acima, é um recurso de linguagem utilizado para levar o interlocutor a crer naquilo que está sendo dito, a aceitar como verdadeiro o que está sendo transmitido. A argumentação pertence ao domínio da retórica, arte de persuadir as pessoas mediante o uso de recursos de linguagem.

Para compreender claramente o que é um argumento, é bom voltar ao que diz Aristóteles, filósofo grego do século IV a.C., numa obra intitulada “Tópicos: os argumentos são úteis quando se tem de escolher entre duas ou mais coisas”.

Se tivermos de escolher entre uma coisa vantajosa e uma desvantajosa, como a saúde e a doença, não precisamos argumentar. Suponhamos, no entanto, que tenhamos de escolher entre duas coisas igualmente vantajosas, a riqueza e a saúde. Nesse caso, precisamos argumentar sobre qual das duas é mais desejável. O argumento pode então ser definido como qualquer recurso que torna uma coisa mais desejável que outra. Isso significa que ele atua no domínio do preferível. Ele é utilizado para fazer o interlocutor crer que, entre duas teses, uma é mais provável que a outra, mais possível que a outra, mais desejável que a outra, é preferível à outra.

O objetivo da argumentação não é demonstrar a verdade de um fato, mas levar o ouvinte a admitir como verdadeiro o que o enunciador está propondo.

Há uma diferença entre o raciocínio lógico e a argumentação. O primeiro opera no domínio do necessário, ou seja, pretende demonstrar que uma conclusão deriva necessariamente das premissas propostas, que se deduz obrigatoriamente dos postulados admitidos. No raciocínio lógico, as conclusões não dependem de crenças, de uma maneira de ver o mundo, mas apenas do encadeamento de premissas e conclusões.

Por exemplo, um raciocínio lógico é o seguinte encadeamento:

A é igual a B.

A é igual a C.

Então: C é igual a B.

Admitidos os dois postulados, a conclusão é, obrigatoriamente, que C é igual a A.

Outro exemplo:

Todo ruminante é um mamífero.

A vaca é um ruminante.

Logo, a vaca é um mamífero.

Admitidas como verdadeiras as duas premissas, a conclusão também será verdadeira.

No domínio da argumentação, as coisas são diferentes. Nele, a conclusão não é necessária, não é obrigatória. Por isso, deve-se mostrar que ela é a mais desejável, a mais provável, a mais plausível. Se o Banco do Brasil fizer uma propaganda dizendo-se mais confiável do que os concorrentes porque existe desde a chegada da família real portuguesa ao Brasil, ele estará dizendo-nos que um banco com quase dois séculos de existência é sólido e, por isso, confiável. Embora não haja relação necessária entre a solidez de uma instituição bancária e sua antiguidade, esta tem peso argumentativo na afirmação da confiabilidade de um banco. Portanto é provável que se creia que um banco mais antigo seja mais confiável do que outro fundado há dois ou três anos.

Enumerar todos os tipos de argumentos é uma tarefa quase impossível, tantas são as formas de que nos valem para fazer as pessoas preferirem uma coisa a outra. Por isso, é importante entender bem como eles funcionam.

Já vimos diversas características dos argumentos. É preciso acrescentar mais uma: o convencimento do interlocutor, o auditório, que pode ser individual ou coletivo, será tanto mais fácil quanto mais os argumentos estiverem de acordo com suas crenças, suas expectativas, seus valores. Não se pode convencer um auditório pertencente a uma dada cultura enfatizando coisas que ele abomina. Será mais fácil convencê-lo valorizando coisas que ele considera positivas. No Brasil, a publicidade da cerveja vem com frequência associada ao futebol, ao gol, à paixão nacional. Nos Estados Unidos, essa associação certamente não surtiria efeito, porque lá o futebol não é valorizado da mesma forma que no Brasil. O poder persuasivo de um argumento está vinculado ao que é valorizado ou desvalorizado numa dada cultura.

Tipos de Argumento

Já verificamos que qualquer recurso linguístico destinado a fazer o interlocutor dar preferência à tese do enunciador é um argumento. Exemplo:

Argumento de Autoridade

É a citação, no texto, de afirmações de pessoas reconhecidas pelo auditório como autoridades em certo domínio do saber, para servir de apoio àquilo que o enunciador está propondo. Esse recurso produz dois efeitos distintos: revela o conhecimento do produtor do texto a respeito do assunto de que está tratando; dá ao texto a garantia do autor citado. É preciso, no entanto, não fazer do texto um amontoado de citações. A citação precisa ser pertinente e verdadeira. Exemplo:

“A imaginação é mais importante do que o conhecimento.”

Quem disse a frase aí de cima não fui eu... Foi Einstein. Para ele, uma coisa vem antes da outra: sem imaginação, não há conhecimento. Nunca o inverso.

Alex José Periscinoto.
In: Folha de S. Paulo, 30/8/1993, p. 5-2

A tese defendida nesse texto é que a imaginação é mais importante do que o conhecimento. Para levar o auditório a aderir a ela, o enunciador cita um dos mais célebres cientistas do mundo. Se um físico de renome mundial disse isso, então as pessoas devem acreditar que é verdade.

Argumento de Quantidade

É aquele que valoriza mais o que é apreciado pelo maior número de pessoas, o que existe em maior número, o que tem maior duração, o que tem maior número de adeptos, etc. O fundamento desse tipo de argumento é que mais = melhor. A publicidade faz largo uso do argumento de quantidade.

Argumento do Consenso

É uma variante do argumento de quantidade. Fundamenta-se em afirmações que, numa determinada época, são aceitas como verdadeiras e, portanto, dispensam comprovações, a menos que o objetivo do texto seja comprovar alguma delas. Parte da ideia de que o consenso, mesmo que equivocado, corresponde ao indiscutível, ao verdadeiro e, portanto, é melhor do que aquilo que não desfruta dele. Em nossa época, são consensuais, por exemplo, as afirmações de que o meio ambiente precisa ser protegido e de que as condições de vida são piores nos países subdesenvolvidos. Ao confiar no consenso, porém, corre-se o risco de passar dos argumentos válidos para os lugares comuns, os preconceitos e as frases carentes de qualquer base científica.

Argumento de Existência

É aquele que se fundamenta no fato de que é mais fácil aceitar aquilo que comprovadamente existe do que aquilo que é apenas provável, que é apenas possível. A sabedoria popular enuncia o argumento de existência no provérbio “Mais vale um pássaro na mão do que dois voando”.

Nesse tipo de argumento, incluem-se as provas documentais (fotos, estatísticas, depoimentos, gravações, etc.) ou provas concretas, que tornam mais aceitável uma afirmação genérica. Durante a invasão do Iraque, por exemplo, os jornais diziam que o exército americano era muito mais poderoso do que o iraquiano. Essa afirmação, sem ser acompanhada de provas concretas, poderia ser vista como propagandística. No entanto, quando documentada pela comparação do número de canhões, de carros de combate, de navios, etc., ganhava credibilidade.

Argumento quase lógico

É aquele que opera com base nas relações lógicas, como causa e efeito, analogia, implicação, identidade, etc. Esses raciocínios são chamados quase lógicos porque, diversamente dos raciocínios lógicos, eles não pretendem estabelecer relações necessárias entre os elementos, mas sim instituir relações prováveis, possíveis, plausíveis. Por exemplo, quando se diz “A é igual a B”, “B é igual a C”, “então A é igual a C”, estabelece-se uma relação de identidade lógica. Entretanto, quando se afirma “Amigo de amigo meu é meu amigo” não se institui uma identidade lógica, mas uma identidade provável.

Um texto coerente do ponto de vista lógico é mais facilmente aceito do que um texto incoerente. Vários são os defeitos que concorrem para desqualificar o texto do ponto de vista lógico: fugir do tema proposto, cair em contradição, tirar conclusões que não se fundamentam nos dados apresentados, ilustrar afirmações gerais com fatos inadequados, narrar um fato e dele extrair generalizações indevidas.

Argumento do Atributo

É aquele que considera melhor o que tem propriedades típicas daquilo que é mais valorizado socialmente, por exemplo, o mais raro é melhor que o comum, o que é mais refinado é melhor que o que é mais grosseiro, etc.

Por esse motivo, a publicidade usa, com muita frequência, celebridades recomendando prédios residenciais, produtos de beleza, alimentos estéticos, etc., com base no fato de que o consumidor tende a associar o produto anunciado com atributos da celebridade.

Uma variante do argumento de atributo é o argumento da competência linguística. A utilização da variante culta e formal da língua que o produtor do texto conhece a norma linguística socialmente mais valorizada e, por conseguinte, deve produzir um texto em que se pode confiar. Nesse sentido é que se diz que o modo de dizer dá confiabilidade ao que se diz.

Imagine-se que um médico deva falar sobre o estado de saúde de uma personalidade pública. Ele poderia fazê-lo das duas maneiras indicadas abaixo, mas a primeira seria infinitamente mais adequada para a persuasão do que a segunda, pois esta produziria certa estranheza e não criaria uma imagem de competência do médico:

- Para aumentar a confiabilidade do diagnóstico e levando em conta o caráter invasivo de alguns exames, a equipe médica houve por bem determinar o internamento do governador pelo período de três dias, a partir de hoje, 4 de fevereiro de 2001.

- Para conseguir fazer exames com mais cuidado e porque alguns deles são barrapésada, a gente botou o governador no hospital por três dias.

Como dissemos antes, todo texto tem uma função argumentativa, porque ninguém fala para não ser levado a sério, para ser ridicularizado, para ser desmentido: em todo ato de comunicação deseja-se influenciar alguém. Por mais neutro que pretenda ser, um texto tem sempre uma orientação argumentativa.

A orientação argumentativa é uma certa direção que o falante traça para seu texto. Por exemplo, um jornalista, ao falar de um homem público, pode ter a intenção de criticá-lo, de ridicularizá-lo ou, ao contrário, de mostrar sua grandeza.

O enunciador cria a orientação argumentativa de seu texto dando destaque a uns fatos e não a outros, omitindo certos episódios e revelando outros, escolhendo determinadas palavras e não outras, etc. Veja:

“O clima da festa era tão pacífico que até sogras e noras trocavam abraços afetuosos.”

O enunciador aí pretende ressaltar a ideia geral de que noras e sogras não se toleram. Não fosse assim, não teria escolhido esse fato para ilustrar o clima da festa nem teria utilizado o termo até, que serve para incluir no argumento alguma coisa inesperada.

Além dos defeitos de argumentação mencionados quando tratamos de alguns tipos de argumentação, vamos citar outros:

Proposições Compostas – Conectivos

As proposições compostas são formadas por proposições simples ligadas por conectivos, aos quais formam um valor lógico, que podemos vê na tabela a seguir:

OPERAÇÃO	CONECTIVO	ESTRUTURA LÓGICA	TABELA VERDADE															
Negação	~	Não p	<table><tr><td>p</td><td>~p</td></tr><tr><td>V</td><td>F</td></tr><tr><td>F</td><td>V</td></tr></table>	p	~p	V	F	F	V									
p	~p																	
V	F																	
F	V																	
Conjunção	^	p e q	<table><tr><td>p</td><td>q</td><td>p ^ q</td></tr><tr><td>V</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>V</td><td>F</td><td>F</td></tr><tr><td>F</td><td>V</td><td>F</td></tr><tr><td>F</td><td>F</td><td>F</td></tr></table>	p	q	p ^ q	V	V	V	V	F	F	F	V	F	F	F	F
p	q	p ^ q																
V	V	V																
V	F	F																
F	V	F																
F	F	F																
Disjunção Inclusiva	v	p ou q	<table><tr><td>p</td><td>q</td><td>p v q</td></tr><tr><td>V</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>V</td><td>F</td><td>V</td></tr><tr><td>F</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>F</td><td>F</td><td>F</td></tr></table>	p	q	p v q	V	V	V	V	F	V	F	V	V	F	F	F
p	q	p v q																
V	V	V																
V	F	V																
F	V	V																
F	F	F																
Disjunção Exclusiva	∨	Ou p ou q	<table><tr><td>p</td><td>q</td><td>p ∨ q</td></tr><tr><td>V</td><td>V</td><td>F</td></tr><tr><td>V</td><td>F</td><td>V</td></tr><tr><td>F</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>F</td><td>F</td><td>F</td></tr></table>	p	q	p ∨ q	V	V	F	V	F	V	F	V	V	F	F	F
p	q	p ∨ q																
V	V	F																
V	F	V																
F	V	V																
F	F	F																
Condicional	→	Se p então q	<table><tr><td>p</td><td>q</td><td>p → q</td></tr><tr><td>V</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>V</td><td>F</td><td>F</td></tr><tr><td>F</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>F</td><td>F</td><td>V</td></tr></table>	p	q	p → q	V	V	V	V	F	F	F	V	V	F	F	V
p	q	p → q																
V	V	V																
V	F	F																
F	V	V																
F	F	V																
Bicondicional	↔	p se e somente se q	<table><tr><td>p</td><td>q</td><td>p ↔ q</td></tr><tr><td>V</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>V</td><td>F</td><td>F</td></tr><tr><td>F</td><td>V</td><td>F</td></tr><tr><td>F</td><td>F</td><td>V</td></tr></table>	p	q	p ↔ q	V	V	V	V	F	F	F	V	F	F	F	V
p	q	p ↔ q																
V	V	V																
V	F	F																
F	V	F																
F	F	V																

Em síntese temos a tabela verdade das proposições que facilitará na resolução de diversas questões

		Disjunção	Conjunção	Condicional	Bicondicional
p	q	$p \vee q$	$p \wedge q$	$p \rightarrow q$	$p \leftrightarrow q$
V	V	V	V	V	V
V	F	V	F	F	F
F	V	V	F	V	F
F	F	F	F	V	V

Exemplo:

(MEC – CONHECIMENTOS BÁSICOS PARA OS POSTOS 9,10,11 E 16 – CESPE)

	P	Q	R
①	V	V	V
②	F	V	V
③	V	F	V
④	F	F	V
⑤	V	V	F
⑥	F	V	F
⑦	V	F	F
⑧	F	F	F

A figura acima apresenta as colunas iniciais de uma tabela-verdade, em que P, Q e R representam proposições lógicas, e V e F correspondem, respectivamente, aos valores lógicos verdadeiro e falso.

Com base nessas informações e utilizando os conectivos lógicos usuais, julgue o item subsecutivo.

A última coluna da tabela-verdade referente à proposição lógica $P \vee (Q \leftrightarrow R)$ quando representada na posição horizontal é igual a

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
$P \vee (Q \leftrightarrow R)$	V	V	V	F	V	F	V	V

() Certo

() Errado

Resolução:

$P \vee (Q \leftrightarrow R)$, montando a tabela verdade temos:

R	Q	P	[P	v	(Q	$\leftrightarrow$	R)]
V	V	V	V	V	V	V	V
V	V	F	F	V	V	V	V
V	F	V	V	V	F	F	V
V	F	F	F	F	F	F	V
F	V	V	V	V	V	F	F
F	V	F	F	F	V	F	F
F	F	V	V	V	F	V	F
F	F	F	F	V	F	V	F

Resposta: Certo

b- Orgânicos: os ácidos dicloroisocianúrico (DCCA) e tricloroisocianúrico (TCCA) são exemplos de compostos desse grupo.

Características: bactericida, virucida, fungicida, tuberculicida e esporicida, dependendo da concentração de uso. Apresentação em pó. Mais estável que o cloro inorgânico.

Indicação: descontaminação de superfícies.

Compostos quaternários de amônio:

Alguns dos compostos mais utilizados são os cloretos de alquil-dimetilbenzilamônio e cloretos de dialquildimetiamônio.

Características: bactericida, virucida (somente contra vírus lipofílicos ou envelopados) e fungicida. Não apresenta ação tuberculicida e virucida. É pouco corrosivo e tem baixa toxicidade.

Indicação: superfícies fixas, incluindo ambiente de nutrição e neonatologia (sem a presença dos neonatos).

Monopersulfato de potássio

Características: amplo espectro. É ativo na presença de matéria orgânica; não corrosivo para metais.

Indicação: desinfetante de superfícies.

Oxidantes

Ácido peracético

Características: é um desinfetante para superfícies fixas e age por desnaturação das proteínas, alterando a permeabilidade da parede celular, oxidando as ligações sulfidril e sulfúricas em proteínas e enzimas. Tem uma ação bastante rápida sobre os microrganismos, inclusive sobre os esporos bacterianos em baixas concentrações de 0,001 a 0,2%. É efetivo em presença de matéria orgânica. Apresenta baixa toxicidade.

Indicação: desinfetante para superfícies.

Produtos de Limpeza/Desinfecção	Indicação de uso	Modo de usar
Água	Limpeza para remoção de sujeira	Técnica de varredura úmida ou retirada de pó
Água e são ou detergente		Friccionar o sabão ou detergente sobre a superfície
Água		Enxaguar e secar
Álcool a 70%	Desinfecção de equipamentos e superfícies	Fricções sobre a superfície a ser desinfetada
Compostos fenólicos	Desinfecção de equipamentos e superfície	Após a limpeza, imersão ou fricção. Enxaguar e secar
Quaternário de amônia	Desinfecção de equipamentos e superfície	Após a limpeza, imersão ou fricção. Enxaguar e secar

Compostos liberadores de cloro ativo	Desinfecção de superfícies não-metálicas e superfícies com matéria orgânica	Após a limpeza, imersão ou fricção. Enxaguar e secar
Oxidantes Ácido peracético (associado ou não a peróxido de hidrogênio)	Desinfecção de superfícies	Após a limpeza, imersão ou fricção. Enxaguar e secar

Equipamentos utilizados na limpeza e desinfecção de superfícies

Equipamentos:

- a- Máquinas lavadoras e extratoras;
- b- Máquinas lavadoras com injeção automática de solução
- c- Aspiradores de pó e líquidos
- c.1- Enceradeiras de baixa rotação
- c.2- Enceradeiras de alta rotação

Materiais:

a- Conjunto mop: é formado por cabo, armação ou haste ou suporte e luva ou refil.

- b- Cabo;
- c- Luva do tipo cabeleira;
- d- Luva do tipo cabeleira plana – Função úmida;
- e- Rodos;
- f- Panos para limpeza de mobília e pisos;
- g- baldes;
- h- Kits para limpeza de vidros e tetos;
- i- Escadas;
- j- Discos abrasivos para enceradeira;
- k- Escova de cerdas duras com cabo longo;
- l- Carro funcional;
- m- Carros para transporte de resíduos;
- n- Placa de sinalização

Higienização das Mãos

a- com Água e Sabonete Líquido
- quando as mãos estiverem visivelmente sujas ou contaminadas com sangue ou outros fluidos corporais.

- ao iniciar o turno de trabalho.
- antes e após remoção de luvas.
- antes e após uso do banheiro.
- antes e depois das refeições.
- após término do turno de trabalho.
- após várias aplicações consecutivas de produto alcoólico para as mãos.

b- com preparação alcoólica para as mãos

- ao iniciar o turno de trabalho.
- antes e após remoção de luvas.
- antes e após uso do banheiro.
- antes e depois das refeições.
- após término do turno de trabalho.

Outros aspectos da higienização das mãos:

- mantenha as unhas naturais, limpas e curtas.
- não use unhas postiças.
- evite o uso de esmaltes nas unhas.
- não usar anéis, pulseiras e outros adornos.
- aplique creme hidratante nas mãos (uso individual), diariamente, para evitar ressecamento na pele.
- a preparação alcoólica para as mãos não deve ser utilizada como complemento para a higienização das mãos.

limpeza de pisos, assoalhos, paredes, tetos, madeiras, vidraças, mobiliário, em geral;

Com o passar do tempo, os pisos de pedra, porcelanato, mármore e cerâmica podem ficar sujos e encardidos. Se você perceber que o chão da sua casa não tem o mesmo brilho de antes e que algumas manchas estão começando a aparecer, está na hora de fazer uma limpeza de piso.

Confira os produtos e métodos mais apropriados para tratamento de pisos, que vão ajudar a manter sua casa limpa e higienizada. Antes de começar a limpeza, lembre-se de seguir as instruções de cada produto e de usá-los em uma área bem ventilada. A maioria dos produtos de limpeza de chão são muito fortes, portanto não esqueça de usar luvas para proteger suas mãos.

Antes de começar o tratamento de piso

Os métodos de limpeza de piso são diferentes dependendo do material que ele é feito. Mas em todos os casos a limpeza começa da mesma maneira: passe uma vassoura cerdas macias e recolha toda a poeira e a sujeira acumuladas no chão. Só depois disso é que seu piso poderá receber um tratamento para tirar manchas e recuperar o brilho.

Como limpar piso encardido? No mercado, há uma grande variedade de produtos limpa piso que são excelentes e vão ajudar a tirar o encardido do chão.

Leia a embalagem para descobrir qual o produto mais adequado e siga as instruções de uso. Para evitar manchas difíceis de remover, verifique se o produto não é muito concentrado e evite usar produtos à base de álcool dependendo do piso. Desinfetantes muito fortes podem abrir “poros” no piso e facilitar a entrada de sujeira, complicando uma próxima faxina. E não se esqueça de usar luvas para proteger suas mãos!

Como limpar piso de mármore

Os pisos de mármore são bonitos e elegantes, mas demandam atenção redobrada. Esse material é muito poroso e tem alta capacidade de absorção. Portanto, não use produtos muito concentrados, corrosivos ou gordurosos.

Para a limpeza do piso de mármore, dissolva uma pequena quantidade de detergente de coco em um recipiente com 5 litros de água. Mergulhe um pano limpo de algodão nessa solução e esfregue o chão. Depois, enxágue com um pano limpo umedecido em água e seque bem.

Como limpar piso de pedra

O piso de pedra ou de ardósia é menos poroso que o de mármore, mas também não suporta produtos muito concentrados. A limpeza com água e um bom detergente neutro é suficiente. Se quiser dar um brilho extra no chão, acrescente três colheres de vinagre branco à mistura.

Como limpar piso de cerâmica ou porcelanato

Para tirar manchas do piso de cerâmica ou porcelanato, passe um pano molhado em uma mistura de uma colher de Cif Cremoso para 5 litros de água. Esfregue o pano no piso, enxágue com um pano limpo úmido e depois seque. Para o piso do banheiro, você também pode usar Vim ou Cif Banheiro para desinfetar e limpar. Apenas certifique-se de não misturar os dois produtos.

Enxágue bem e seque em seguida. O piso da cozinha pode ser limpo regularmente com Cif Desengordurante, pois seu uso contínuo previne o aparecimento de manchas e o acúmulo de gordura.

Como limpar piso: manutenção

É uma boa ideia evitar produtos à base de silicone ou nem cera, pois eles criam uma camada sobre o chão que é difícil de remover. Também não use produtos abrasivos para retirar sujeiras, pois eles podem riscar seu piso.

Procure varrer e limpar o chão pelo menos uma vez por semana para tirar a poeira e renovar o brilho.

Fonte: <https://www.cleanipedia.com/br/limpeza-de-pisos-e-superficies/como-limpar-piso.html>

RACIONALIZAÇÃO DO TRABALHO

Racionalização da produção significa dizer que os processos produtivos são pensados de forma racional de modo a primar pela produtividade, eficiência e eficácia. Fazendo alusão a Weber o processo a racionalização da produção é um reflexo do desencantamento do mundo. Ou seja, os processos produtivos passam a ser baseados cada vez mais na tecnologia, no cálculo na técnica e não mais na ação tradicional ou afetiva. A primeira grande iniciativa de racionalização da produção ficou conhecida como fordismo-taylorismo no início do século XX.

Taylorismo

A produção escala cada vez mais global e a necessidade de diminuição do tempo e do esforço de trabalho demandou novas estratégias de racionalização da produção para esse fim. Um dos primeiros idealizadores das estratégias de racionalização da produção foi o engenheiro norte americano Frederick Taylor (1856-1915) que passou a pensar a produção de forma científica.

O taylorismo ou administração científica partia do pressuposto da divisão social do trabalho no qual a gerência era completamente separada da execução. Isso repercutia em grande especialização do trabalho e gerou muitos postos de trabalho. Taylor defendia que a redução que o aumento na produção e a redução dos custos dos produtos deveriam ser revertidos na forma de melhores salários (salário por produção) e também maiores lucros aos empresários. Pensando a partir das ideias de Marx é possível dizer que houve uma ampliação da alienação uma vez que o trabalhador não mais reconhece o produto do seu trabalho como também perdeu o domínio não apenas dos meios de produção, mas também perdeu o domínio sobre como produzir. As principais características do taylorismo são:

- Separação entre gerência e execução;
- Especialização das atividades;
- Padronização da produção;
- Remuneração por desempenho