



**MINISTÉRIO PÚBLICO
DO ESTADO DA BAHIA**

CADERNO DE PROVA PUBLICIDADE E PROPAGANDA

DATA DA PROVA 28/03/2025

PROCESSO SELETIVO DO PROGRAMA DE ESTÁGIO DE ENSINO MÉDIO, GRADUAÇÃO E PÓS-GRADUAÇÃO DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA.

PROVA

Este Caderno de Prova foi aplicado na modalidade on-line, contendo 30 (trinta) questões objetivas.

INFORMAÇÕES GERAIS

Prova aplicada conforme requisitos de segurança dispostos no Edital do Certame e no ambiente virtual.

LÍNGUA PORTUGUESA

**AS QUESTÕES DE 01 A 10 SE REFEREM AO TEXTO
A SEGUIR.****Sensibilidade e ação**

O momento desafia: agir ou seguir no cômodo conforto do nada. Normalizar situações e assistir, como mero espectador situações que se pode interferir, deve fazer parte da mudança de perspectiva de vida

Renata Giraldi|17/02/2025

Mal começamos o ano e a vida já apresenta desafios. Não são poucos. Às vezes, bem próximos de nós, outros mais distantes. Quando está longe, fica mais fácil fingir que não se veem ou simplesmente que não existem. É a velha máxima que guia muita gente: "Não se envolva"; "Não te mete". Mas tudo ou quase tudo gira em torno de um único tema: sensibilidade. O Brasil, assim como o mundo, caminha para situações em que o olhar das pessoas é colocado à prova sobre agir ou ficar parado. A confortável posição de espectador deve ser revista porque apenas acompanhar os fatos sem se posicionar nem agir está praticamente impossível.

No mundo, duas grandes guerras se apresentam com centenas de vítimas, fora os conflitos isolados em países que pouco **TEM / TÊM** a atenção da imprensa. Ao olhar para o Oriente Médio, lá estão israelenses e palestinos, povos primos e que divergem historicamente, enquanto russos e ucranianos, irmãos no passado, seguem para três anos ininterruptos de total falta de paz.

Apenas os insensíveis conseguem acompanhar essas situações sem imaginar as famílias destruídas, as casas demolidas, a ausência absoluta de perspectivas para crianças e jovens que estão começando a vida. Nos altos escalões, líderes discutem "soluções" em que a arrogância e a pretensão se **SOBREPÕE / SOBREPÕEM** ao que realmente interessa. Assim, mais uma vez, prioridades, como comida, saúde, educação e segurança, **É DEIXADO / É DEIXADA / SÃO DEIXADOS / SÃO DEIXADAS** de lado.

Guerras, confrontos armados, não podem ser regra numa vida. Inacreditável imaginar que há quem diga que determinados povos "se acostumaram" a viver assim. Não. Ninguém se acostuma. Não há mãe nem pai que queira que seu filho ou sua filha lute numa guerra. Aceita, porque as circunstâncias obrigam, mas querer? Impossível.

No nosso Brasilzão, as exceções são celebradas com destaque e manchete. É o trabalhador rural que, depois de anos, consegue ser aprovado para medicina numa universidade renomada. O idoso, que, aposentado, finalmente faz a faculdade dos sonhos. A mulher em situação de rua que reconstruiu a vida. Como assim? Todos deveriam ter as mesmas chances e possibilidades. Sensibilidade para compreender que pessoas são submetidas a determinadas circunstâncias não porque querem, mas por não terem outra opção. Sensibilidade para contribuir e fazer com que mude esse cenário.

É importante olhar para si e pensar: o que eu, humildemente, no meu lugar aqui, posso fazer? Seguir no

"nada" ou levantar e colocar a mão na massa? Há mais de meio século, Hannah Arendt alertou sobre o risco da banalidade do mal, da normalização e das ameaças que estão à nossa frente, mas, por conveniência ou puro comodismo, nossa compreensão entende em um outro ângulo. O desconforto de ouvir opiniões diferentes e dos cutucões da vida é fundamental para nos mostrar: a sensibilidade é que nos guia e nos diferencia num planeta cada vez mais hostil.

GIRALDI, Renata. Sensibilidade e ação. *Correio Braziliense*, 17 de fevereiro de 2025.

Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/opinia o/2025/02/7062334-sensibilidade-e-acao.html>.

Acesso em: 19 fev. 2025. Adaptado para esta avaliação.

1. Analise os verbos grafados em letras maiúsculas no segundo e no terceiro parágrafos do texto. Em seguida, assinale a alternativa que identifica a concordância padrão desses verbos no contexto sintático em que ocorrem.

- A) tem | sobrepõem | é deixada
- B) têm | sobrepõe | são deixados
- C) tem | sobrepõe | é deixada
- D) têm | sobrepõem | são deixadas
- E) têm | sobrepõem | é deixado

2. Para além da ideia de modo, o advérbio "mal", que abre o parágrafo introdutório do texto, veicula um sentido de

- A) negação.
- B) causa.
- C) assunto.
- D) lugar.
- E) tempo.

3. Em qual dos trechos a seguir, extraídos do texto, a palavra sublinhada não é um substantivo, dada sua aplicação no contexto?

- A) "Sensibilidade para compreender que pessoas são submetidas a determinadas circunstâncias não porque querem, mas por não terem outra opção."
- B) "A confortável posição de espectador deve ser revista porque apenas acompanhar os fatos sem se posicionar nem agir está praticamente impossível."
- C) "Ao olhar para o Oriente Médio, lá estão israelenses e palestinos, povos primos e que divergem historicamente, enquanto russos e ucranianos, irmãos no passado, seguem para três anos ininterruptos de total falta de paz."
- D) "Há mais de meio século, Hannah Arendt alertou sobre o risco da banalidade do mal, da normalização e das ameaças que estão à nossa frente [...]."
- E) "O Brasil, assim como o mundo, caminha para situações em que o olhar das pessoas é colocado à prova sobre agir ou ficar parado."

4. Com base em sua estruturação de forma e de conteúdo, é possível afirmar que o texto apresentado é um exemplar do gênero

- A) Artigo de opinião.
- B) Resenha crítica.
- C) Editorial.
- D) Carta aberta.
- E) Carta ao leitor.

5. Segundo as informações do texto, a sensibilidade

- A) é compartilhada somente entre famílias dos soldados convocados para conflitos bélicos.
- B) não existe entre as pessoas que vivenciam conflitos bélicos diariamente.
- C) é um sentimento que enfraquece a capacidade humana de tomar decisões importantes.
- D) é parte importante das reuniões dos grupos pertencentes a altos escalões de governo.
- E) tem aparentemente recebido pouca consideração da população brasileira e mundial.

6. Qual é a função das vírgulas que aparecem nos trechos grifados nos dois últimos parágrafos do texto?

- A) Isolar apostos explicativos.
- B) Isolar expressões corretivas e/ou explicativas.
- C) Isolar adjuntos adverbiais intercalados.
- D) Isolar vocativos.
- E) Separar orações coordenadas assindéticas.

7. As aspas duplas aplicadas à palavra "soluções" (3º parágrafo) servem para indicar que tal vocábulo

- A) foi utilizado com intenção conotativa.
- B) faz parte do título de uma obra cultural.
- C) pertence a uma fala indireta de Hannah Arendt.
- D) possui utilização recorrente na linguagem informal.
- E) pertence a uma fala direta de Hannah Arendt.

8. Qual é o tempo verbal predominante nos verbos empregados no quarto parágrafo do texto?

- A) Futuro do presente

- B) Pretérito perfeito
- C) Futuro do pretérito
- D) Presente
- E) Pretérito imperfeito

9. Em qual dos trechos abaixo se pode identificar o uso da voz verbal passiva?

- A) "Mas tudo ou quase tudo gira em torno de um único tema: sensibilidade." (1º parágrafo)
- B) "Quando está longe, fica mais fácil fingir que não se veem ou simplesmente que não existem." (1º parágrafo)
- C) "Guerras, confrontos armados, não podem ser regra numa vida." (4º parágrafo)
- D) "Todos deveriam ter as mesmas chances e possibilidades." (5º parágrafo)
- E) "Seguir no 'nada' ou levantar e colocar a mão na massa?" (6º parágrafo)

10. Na ideia veiculada pelo trecho "Não há mãe nem pai que queira que seu filho ou sua filha lute numa guerra. Aceita, porque as circunstâncias obrigam, mas querer? Impossível." (4º parágrafo), é possível observar a manifestação da seguinte figura de linguagem:

- A) eufemismo.
- B) hipérbole.
- C) antítese.
- D) metonímia.
- E) silepse.

11. Assinale a alternativa em cuja frase há uma silepse de pessoa.

- A) Vossa Santidade está internado para tratar de uma pneumonia.
- B) Nasceu o primeiro filhote de urso polar na cidade de São Paulo.
- C) A população, indignada com os baixos salários, protestaram na avenida.
- D) O enxame atacou a boiada de maneira repentina.
- E) Todos somos dignos de uma vida com saúde e segurança.

12. Leia a tirinha a seguir.



LEITE, Will. *No hospital às cinco da manhã*. 15/02/2025. Disponível em: <http://www.willtirando.com.br/no-hospital-as-cinco-da-manha/>. Acesso em: 16 fev. 2025.

Nessa tirinha, é possível inferir que o personagem que se encontra deitado

- A) está entusiasmado com seu trabalho no hospital.
- B) não aprecia trabalhar no hospital.
- C) fingiu-se de doente para não trabalhar.
- D) tratou alguma doença no hospital onde trabalha.
- E) deleita-se com a função que exerce no hospital.

13. Observe as palavras acentuadas do texto a seguir.

"Guerreiros rudes que lutaram contra os romanos ou sociedades matriarcais com artes refinadas e extenso comércio? A história desses povos europeus é cheia de mistérios. Mas alguns deles já foram desvendados. Pesando 3,7 quilos, as 483 moedas de ouro celta são a maior descoberta do gênero no século 20 - e um tesouro de valor inestimável para pesquisadores dessa civilização. Elas foram surrupiadas em novembro de 2022 do Museu dos Celtas e Romanos em Manching, na Baviera, numa operação digna de Hollywood e a despeito dos sistemas de alarme."

OS CELTAS eram bárbaros bêbados ou sofisticados artesãos? *Planeta*, 21 de janeiro de 2025.

Disponível em: <https://revistaplaneta.com.br/os-celtas-eram-barbaros-bebados-ou-sofisticados-artesaos/>. Acesso em: 16 fev. 2025.

Qual é a regra de acentuação gráfica que predomina entre essas palavras?

- A) Regra das proparoxítonas.
- B) Regra das paroxítonas terminadas em L.
- C) Regra das monossílabas tônicas terminadas em A, E ou O (seguidas ou não de -S).
- D) Regra das paroxítonas terminadas em ditongo (seguidas ou não de -S).
- E) Regra das oxítonas terminadas em A, E ou O (seguidas ou não de -S).

14. Quais são as funções da linguagem que embasam a construção do texto abaixo?

Balada do enterrado vivo

Na mais medonha das trevas

*Acabei de despertar
Soterrado sob um túmulo.
De nada chego a lembrar
Sinto meu corpo pesar
Como se fosse de chumbo.
Não posso me levantar
Debalde tentei clamar
Aos habitantes do mundo.
Tenho um minuto de vida
Em breve estará perdida
Quando eu quiser respirar.*

GILL, Daniel (org.). *50 poemas macabros de Vinicius de Moraes*. São Paulo: Companhia das Letras, 2023. (Fragmento)

- A) Metalinguística e apelativa.
- B) Fática e emotiva.
- C) Emotiva e poética.
- D) Apelativa e referencial.
- E) Poética e fática.

15. Leia o fragmento textual a seguir.

"Nesse tempo meu pai e minha mãe estavam caracterizados: um homem sério, de testa larga, uma das mais belas testas que já vi, dentes fortes, queixo rijo, fala tremenda; uma senhora enfezada, agressiva, ranzinza, sempre a mexer-se, bossas na cabeça mal protegida por um cabelinho ralo, boca má, olhos maus que em momentos de cólera se inflamavam com um brilho de loucura. Esses dois entes difíceis ajustavam-se. Na harmonia conjugal a voz dele perdia a violência, tomava inflexões estranhas, balbuciava carícias decentes. Ela se amaciava, arredondava as arestas, afrouxava os dedos que nos batiam no cocuruto, dobrados, e tinham dureza de martelos. Qualquer futilidade, porém, ranger de dobradiça ou choro de criança, lhe restituía o azedume e a inquietação."

RAMOS, Graciliano. Nuvens. In: *Infância*. 17ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1981.

Em que tempo e modo se encontra a maioria dos verbos conjugados no excerto acima?

- A) Futuro do pretérito do indicativo.
- B) Pretérito perfeito do indicativo.
- C) Pretérito imperfeito do indicativo.
- D) Presente do subjuntivo.
- E) Pretérito imperfeito do subjuntivo.

CONHECIMENTOS ESPECÍFICOS

16. Uma ONG deseja lançar uma campanha institucional para conscientizar a população sobre o consumo responsável de água. O publicitário responsável precisa planejar estratégias de

divulgação e definir o público-alvo. Assinale a alternativa que melhor descreve um ponto essencial desse planejamento.

A) Integrar dados socioeconômicos e comportamentais do público, estabelecendo metas de abrangência e de impacto mensuráveis.

B) Focar exclusivamente em grupos de ambientalistas já engajados, reduzindo custos de campanha e ignorando o restante da população.

C) Elaborar peças promocionais genéricas, presumindo que a mensagem sensibilizará todo e qualquer público, sem segmentação.

D) Apostar em estratégias que enfatizem apelos emocionais, sem prever indicadores de resultado ou mecanismos de avaliação.

E) Direcionar todo o orçamento para mídia impressa, considerando que as plataformas digitais não favorecem o monitoramento.

17. Uma determinada agência publicitária é confrontada com uma proposta de promover um produto que apresenta alegações de resultados milagrosos, sem comprovação científica. O diretor de criação analisa se a aceitação dessa campanha infringe os princípios éticos da profissão. Qual das seguintes posturas melhor representa a conduta ética do profissional?

A) Produzir a campanha publicitária desde que os termos de uso excluam qualquer responsabilidade por eventuais danos ao consumidor.

B) Orientar o cliente sobre a necessidade de evidências concretas que sustentem as alegações do anúncio, recusando práticas enganosas.

C) Entregar a campanha sem investigar a veracidade do que se divulga, pois a transparência cabe exclusivamente às autoridades de fiscalização.

D) Revisar a mensagem para torná-la ambígua o suficiente, de modo a não ser contestada juridicamente.

E) Lançar o anúncio enfatizando os supostos benefícios, adotando somente uma advertência mínima em letras reduzidas.

18. Uma pesquisa realizada em redes sociais indicou divergências na percepção do público sobre determinada marca de refrigerante. O publicitário responsável analisa essas reações antes de elaborar a nova campanha. Identifique a estratégia que melhor se fundamenta na compreensão da opinião pública.

A) Priorizar as manifestações de clientes satisfeitos para reforçar a imagem de excelência, silenciando as críticas mais frequentes.

B) Criar perfis falsos que defendam a marca de forma entusiasta, simulando espontaneidade nas plataformas digitais.

C) Estabelecer um canal de comunicação que acolha as críticas, articulando ajustes na campanha a partir das principais insatisfações.

D) Classificar todas as menções negativas como "ruído de minoria" e prosseguir com as ações planejadas, sem modificações.

E) Organizar uma campanha de cunho humorístico que não reconheça as insatisfações do público, mas enfatize a liderança da marca.

19. Uma equipe de criação planeja um anúncio para mídia impressa, visando atrair o público jovem por meio de recursos visuais impactantes e slogans diretos. Assinale a alternativa que melhor exemplifica a aplicação da linguagem publicitária nesse caso.

A) Redigir extensos parágrafos sem qualquer apelo visual, garantindo descrições minuciosas do produto.

B) Centralizar todo o anúncio em textos técnicos, enfatizando relatórios de vendas em vez de recursos estéticos.

C) Apostar em um estilo altamente formal, com linguagem rebuscada e distante do vocabulário cotidiano.

D) Destacar elementos icônicos e adotar frases curtas, associadas a uma identidade visual envolvente.

E) Inserir dois ou três slogans contraditórios, a fim de contemplar diferentes segmentos em um só material.

20. Uma empresa de cosméticos pretende lançar uma campanha publicitária que combine mídias digitais e ações presenciais em eventos de beleza. O conceito criativo deve unificar a mensagem em todas as plataformas. Assinale a opção que descreve corretamente um elemento-chave da estrutura de campanha.

A) Desenvolver artes distintas para cada canal, sem qualquer referência conceitual que as conecte, buscando surpreender o público.

B) Planejar a campanha com base em um único valor estético, ignorando o posicionamento institucional da marca.

C) Direcionar toda a verba para a fase inicial, abdicando de qualquer monitoramento e análise de resultados.

D) Inserir personalidades incompatíveis com o segmento de beleza, para ampliar a discussão e tornar a campanha polêmica.

E) Garantir consistência no tom de voz e na identidade visual em todos os pontos de contato com o consumidor.

21. Uma agência está desenvolvendo slogans para uma campanha de fast-food. O cliente deseja frases curtas e criativas, capazes de destacar a principal vantagem do

produto. Identifique a prática de redação publicitária mais adequada.

- A) Explorar construções sucintas que enfatizem o benefício central, empregando recursos de sonoridade e memorização.
- B) Priorizar descrições técnicas sobre valores nutricionais, deixando o apelo sedutor em segundo plano.
- C) Elaborar slogans muito extensos, listando todos os ingredientes utilizados para compor o produto.
- D) Utilizar termos complexos e eruditos para garantir que o público se sinta desafiado a entender a mensagem.
- E) Repetir o mesmo vocábulo em cada verso, como forma de criar associação inconsciente com o produto.

22. Uma marca de eletrônicos está lançando um novo serviço de assistência técnica, visando agregar valor ao seu portfólio de produtos. O publicitário precisa destacar essa novidade ao público-alvo. Assinale a alternativa que melhor reflete uma abordagem estratégica nesse contexto.

- A) Omitir completamente o serviço, evitando distrair o consumidor com ofertas secundárias.
- B) Salientar a conveniência do suporte pós-venda, mostrando como a assistência prolonga a vida útil dos dispositivos.
- C) Vincular unicamente o aspecto de preço, sugerindo que a marca oferece soluções baratas, sem detalhar os benefícios do serviço.
- D) Reduzir o foco em experiências positivas, enfatizando possíveis falhas técnicas que demandem reparo frequente.
- E) Investir em mensagens agressivas sobre a ineficiência de concorrentes, sem mencionar as vantagens do serviço próprio.

23. Uma pequena empresa busca modernizar sua identidade visual, incluindo a criação de uma nova logomarca que represente inovação e confiabilidade. Identifique a abordagem mais apropriada na concepção desse design.

- A) Incluir tantos elementos gráficos quanto possível, maximizando cores e detalhes para chamar atenção de forma incisiva.
- B) Selecionar fontes diferentes em cada aplicação, garantindo variedade e impedindo uniformidade de estilo.
- C) Concentrar-se em formas simples que sejam compatíveis com a proposta da marca, assegurando fácil adaptação a múltiplos formatos.
- D) Manter símbolos visuais sem relação com o negócio, pois a originalidade independe da coerência conceitual.
- E) Excluir qualquer forma de teste ou protótipo, lançando o design final sem pesquisa prévia.

24. Em uma campanha digital, o designer precisa ajustar fotografias de produtos e exportar os arquivos em formatos adequados para diferentes plataformas. Assinale a ação mais consistente com as boas práticas de tratamento e otimização de imagens.

- A) Converter os arquivos para extensões pouco suportadas pela maioria dos navegadores, privilegiando máxima resolução acima de tudo.
- B) Padronizar um único formato (por exemplo, BMP) para reduzir o trabalho de conversão e manter a qualidade inalterada.
- C) Ajustar manualmente o brilho e o contraste sem critério, a fim de gerar variação estética entre as peças.
- D) Redimensionar e comprimir as imagens de modo específico para cada canal, equilibrando qualidade e velocidade de carregamento.
- E) Aplicar filtros aleatórios a todas as fotos, pois a identidade visual pode ser construída com base em efeitos inesperados.

25. Analise as afirmações abaixo sobre conduta ética no desenvolvimento de campanhas publicitárias:

- I. O publicitário deve conduzir pesquisas que validem as alegações do produto, evitando gerar expectativas irreais.
- II. O único objetivo das campanhas é maximizar lucros, prescindindo de qualquer responsabilidade coletiva.
- III. A mensagem deve buscar adequação ao público, mantendo compromisso social e observando normas de autorregulamentação.
- IV. O uso de disclaimers relevantes pode prevenir interpretações equivocadas, resguardando os consumidores.

Está(ão) correta(s) apenas a(s) afirmativa(s):

- A) I.
- B) I e III.
- C) II e IV.
- D) II, III e IV.
- E) I, III e IV.

26. Analise as afirmações sobre a relação entre campanhas publicitárias e formação de opinião pública:

- I. As ações de branding podem incidir diretamente na percepção social de uma marca, influenciando comportamentos de consumo.
- II. A coleta de dados sobre preferência do público não exerce impacto relevante na elaboração de grandes campanhas.

III. O uso de influenciadores digitais tende a restringir o alcance das mensagens, dificultando a difusão em larga escala.

IV. O feedback obtido em canais online pode evidenciar tendências de recepção da campanha, permitindo ajustes na estratégia.

Estão CORRETAS apenas as afirmativas:

A) I e IV.

B) I e II.

C) II e III.

D) II, III e IV.

E) I, II e IV.

27. Uma prefeitura lançou um projeto de coleta seletiva de resíduos e contratou uma agência para criar uma campanha institucional que mobilize os moradores. Após a veiculação inicial, constatou-se baixa adesão do público. Com base nessa situação, identifique a medida mais eficaz para otimizar a campanha.

A) Distribuir folhetos com informações técnicas extensas, sem utilizar linguagem acessível ou exemplos práticos.

B) Promover pesquisas de opinião em diferentes bairros e reformular a mensagem, incluindo canais de comunicação segmentados.

C) Manter o conteúdo inalterado e alocar todo o orçamento em anúncios televisivos de abrangência nacional, sem diálogo local.

D) Vincular a campanha somente a influenciadores digitais que não moram na região, reforçando a neutralidade do tema.

E) Suspender as ações publicitárias por tempo indeterminado, delegando a iniciativa a organizações comunitárias.

28. Uma empresa de turismo notou que seus anúncios impressos não estavam gerando procura significativa. Uma análise de mercado revelou que seu público-alvo prefere conteúdo visual dinâmico e textos breves. Diante desse cenário, selecione a melhor solução para redefinir as peças publicitárias.

A) Investir em artes minimalistas, priorizando apenas textos longos com descrições das atrações turísticas, mesmo que canse o leitor.

B) Utilizar imagens genéricas de banco de dados, sem qualquer relação direta com os destinos oferecidos, buscando variedade.

C) Valorizar fotografias de impacto e incluir títulos curtos, destacando informações essenciais de modo criativo e objetivo.

D) Confiar exclusivamente em cifras de promoção, elaborando panfletos de 10 páginas com estimativas de custo-benefício detalhadas.

E) Eliminar qualquer recurso visual, pois o público deve basear suas escolhas em análises textuais extensas.

29. Uma startup de aplicativos de entrega desejava promover seus novos planos de assinatura mensal, mas o texto publicitário causou confusão no público, que não compreendia os principais benefícios. Considerando a necessidade de clareza, assinale à medida que melhor adapta a redação da campanha.

A) Inserir termos técnicos de logística sem explicação, reforçando o caráter avançado do serviço.

B) Utilizar uma abordagem retórica voltada a vantagens tangenciais, evitando apontar diretamente o valor agregado.

C) Aludir a comparações vagas com serviços concorrentes, sem especificar o diferencial real do plano de assinatura.

D) Reestruturar a argumentação em blocos claros, enfatizando como a assinatura mensal traz economia e conveniência.

E) Realçar o processo de desenvolvimento do aplicativo, focando no histórico da empresa, em vez de explicar o benefício ao usuário.

30. Uma equipe de design criou anúncios para redes sociais, mas o tempo de carregamento das imagens era muito alto, fazendo os usuários abandonarem a página. Com base nesse problema, indique a ação mais eficaz para otimizar a experiência do usuário.

A) Aumentar a resolução e incluir camadas de efeitos em todas as imagens, ressaltando aspectos estéticos acima de qualquer critério técnico.

B) Transformar as peças publicitárias em sequências de texto simples, abrindo mão de qualquer elemento visual.

C) Manter arquivos em formato vetorial para todas as plataformas, inclusive para fotos, com vistas à máxima nitidez.

D) Subdividir as imagens em diversos fragmentos para que sejam carregadas paulatinamente, mesmo sem padrão de integração.

E) Empregar compressão inteligente e formatos leves, a fim de equilibrar qualidade e performance de carregamento.