



AULA 1

# DESIGN GRÁFICO

MÓDULO 8

# AGENDA

## ◆ REDES SOCIAIS

Características e boas práticas

## ◆ ORGANIZAÇÃO

Para redes sociais

## ◆ INDICADORES

Quais números olhar

## ◆ SOLO - SOCIAL MEDIA

Processo de produção - Illustrator

**3.8 bilhões de  
pessoas usam social  
media**

# Internet no BR

- Existem 140 milhões de usuários de mídias sociais ativos
- 94% possuem um smartphone
- 73% possuem um laptop ou desktop
- 11% possuem um smartwatch ou smartband
- Os usuários passam em média 9h17min diariamente na internet
- 98% assiste vídeos online
- 36% escutam a podcasts
- 39% utiliza ou escaneiam QR Codes com seus celulares
- 43% transfere dinheiro para amigos e família com seus dispositivos moveis
- 38% realizou uma compra online com um dispositivo mobile

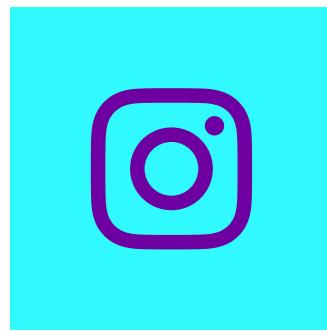
# SOCIAL MEDIA



# SOCIAL MEDIA

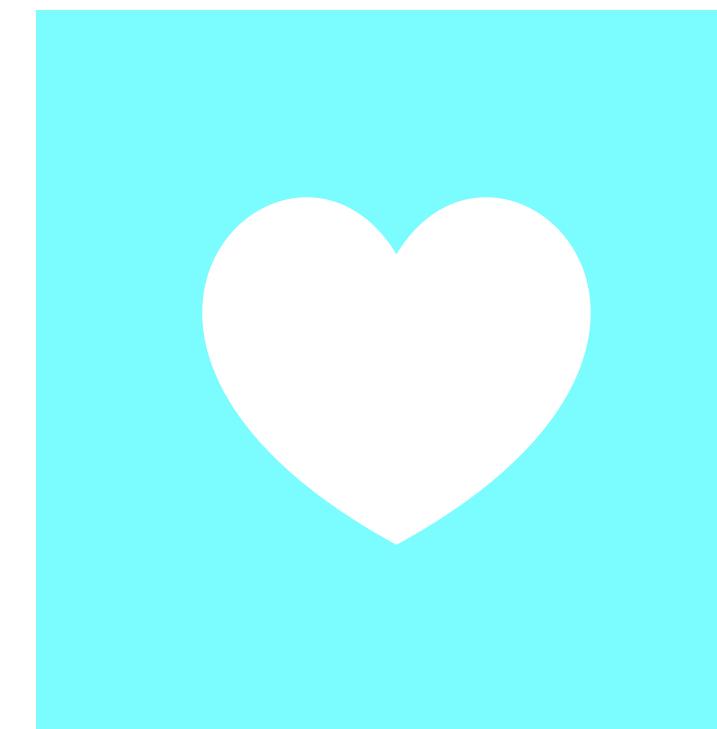


# SOCIAL MEDIA

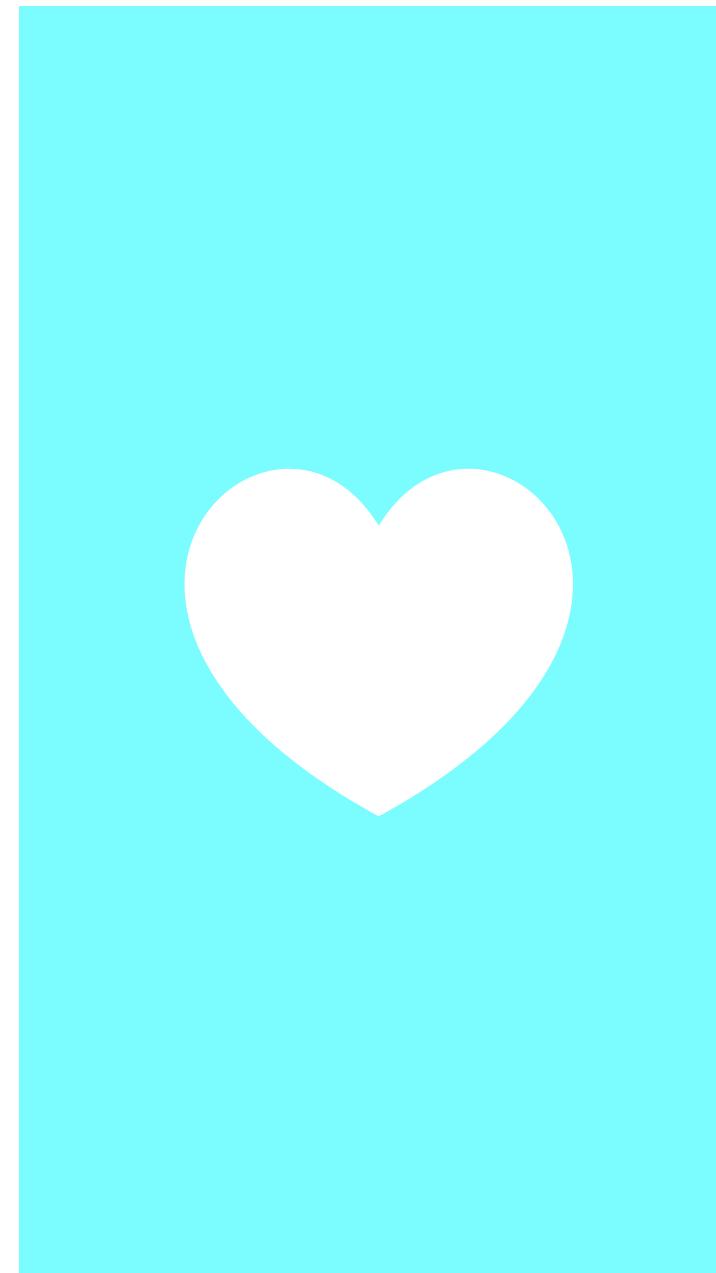


## instagram

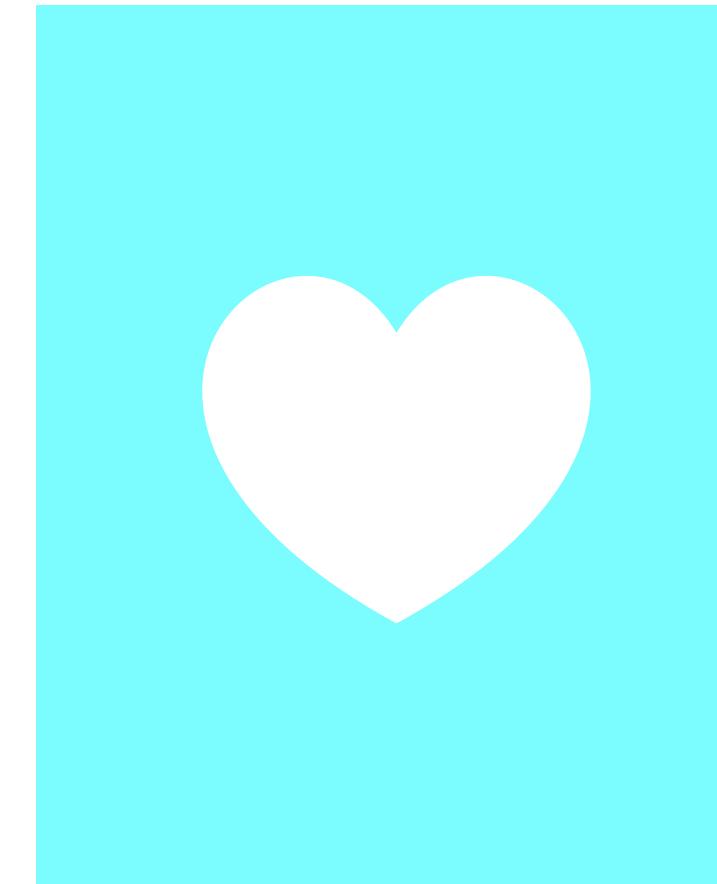
- Rede bem visual com imagens e vídeos curtos
- Não é otimizado para conectar com links externos
- Funciona bem para marcas mais visuais



QUADRADO 1:1  
1080x1080px



PAISAGEM 16:9  
1080 x 608px

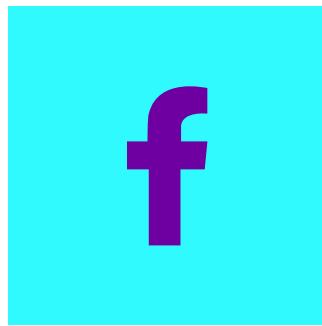


RETRATO 4:5  
1080x1350px



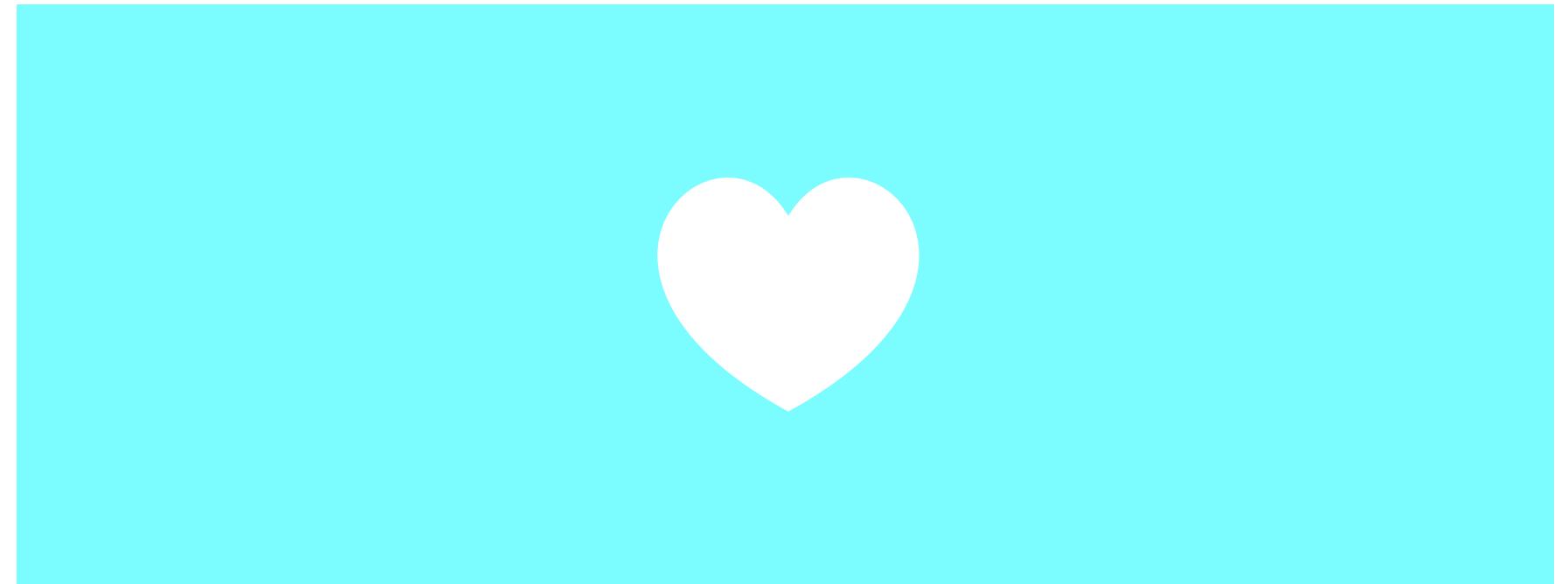
PROFILE  
110x110px

# SOCIAL MEDIA



# facebook

- Ainda é a maior plataforma social no Brasil.
- Mistura de conteúdo mais denso com imagens.



CAPA - EVENTO

1920 X 1080

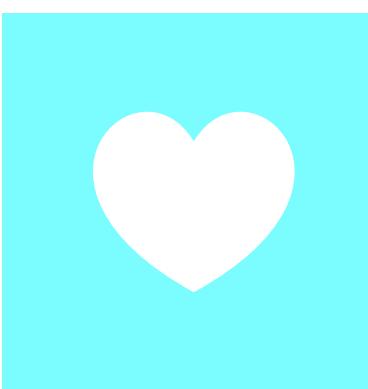
\*crop mobile



CAPA - PROFILE

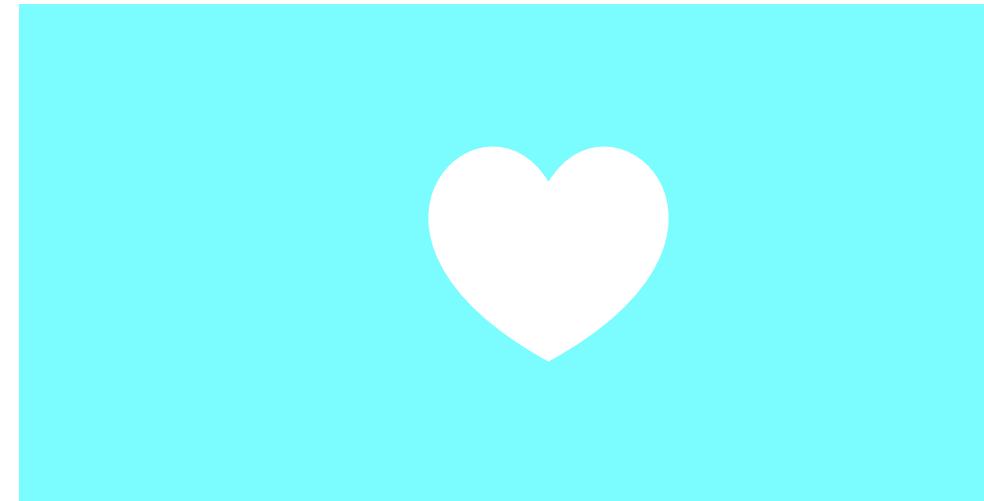
820x462px

\*crop mobile



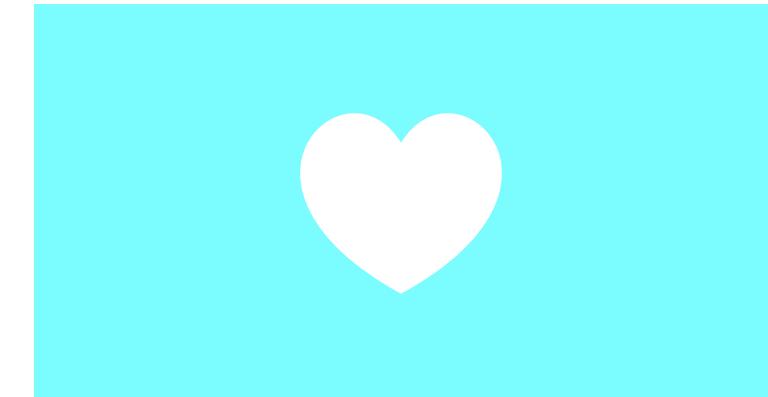
PROFILE

180x180px



IMG POST

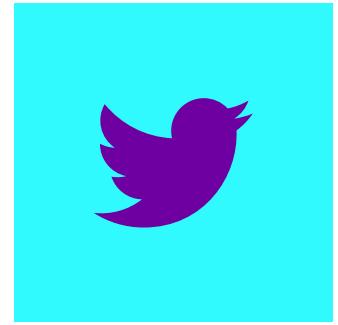
1080x1350px



RETRATO 4:5

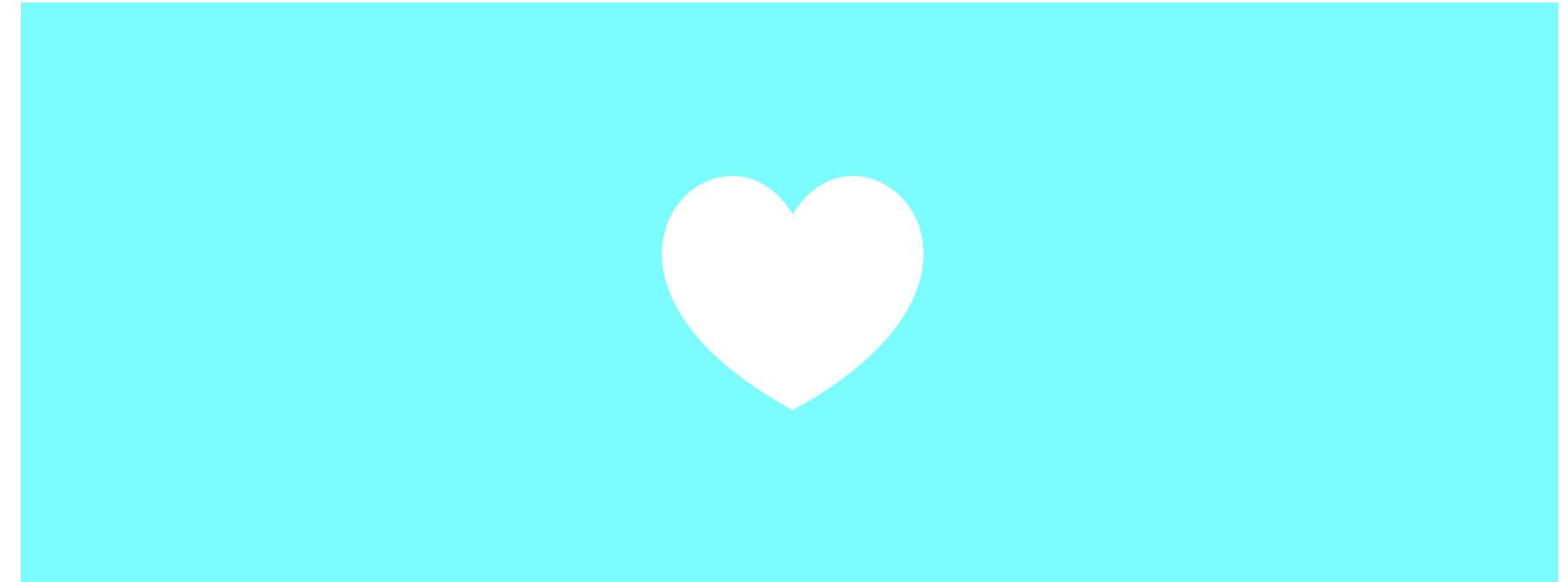
1080x1350px

# SOCIAL MEDIA



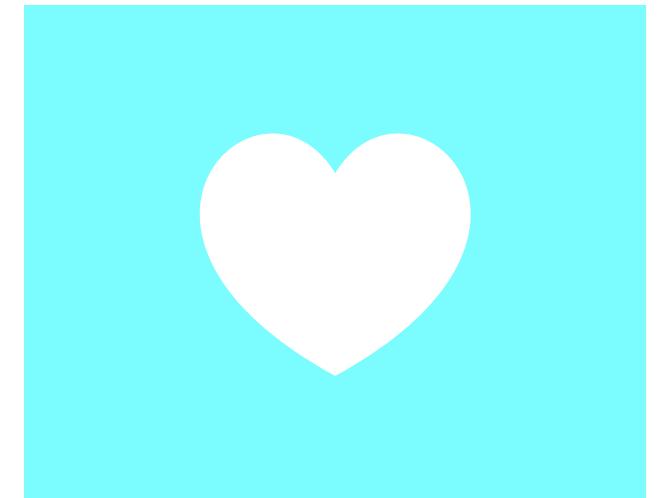
## twitter

- Focada em conteúdos textuais curtos
- Entretanto, tweets com imagens tem 150% mais chance de serem retuitados
- Plataforma dinâmica, com linguagem específica



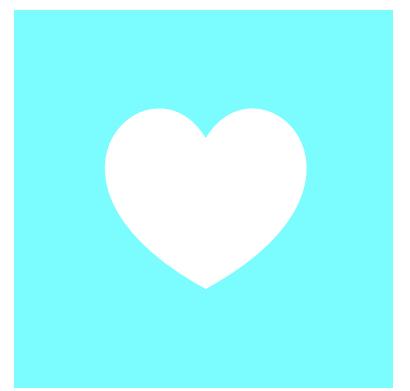
HEADER

1500x500px



POST IMG

1024x512px

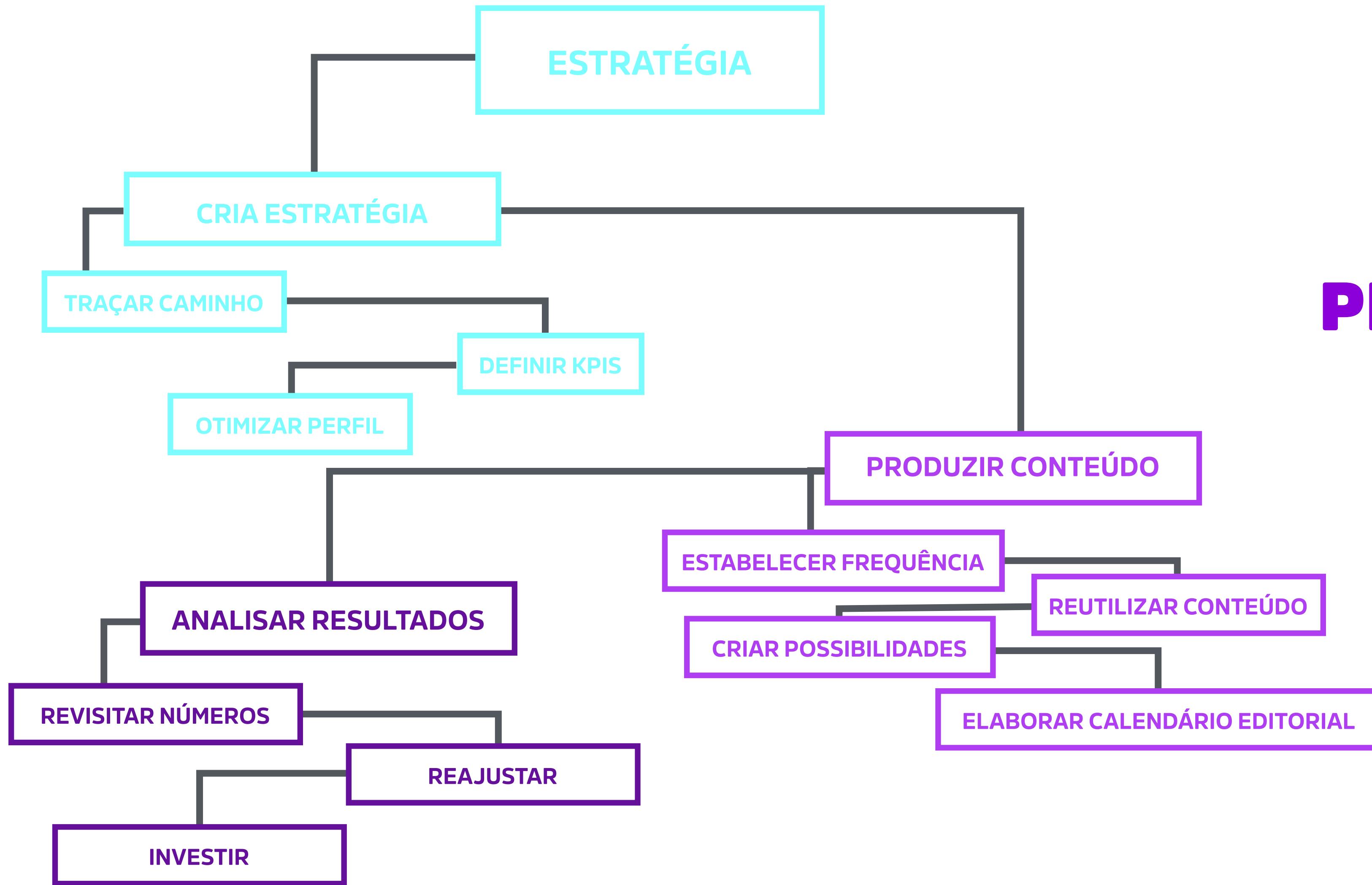


PROFILE

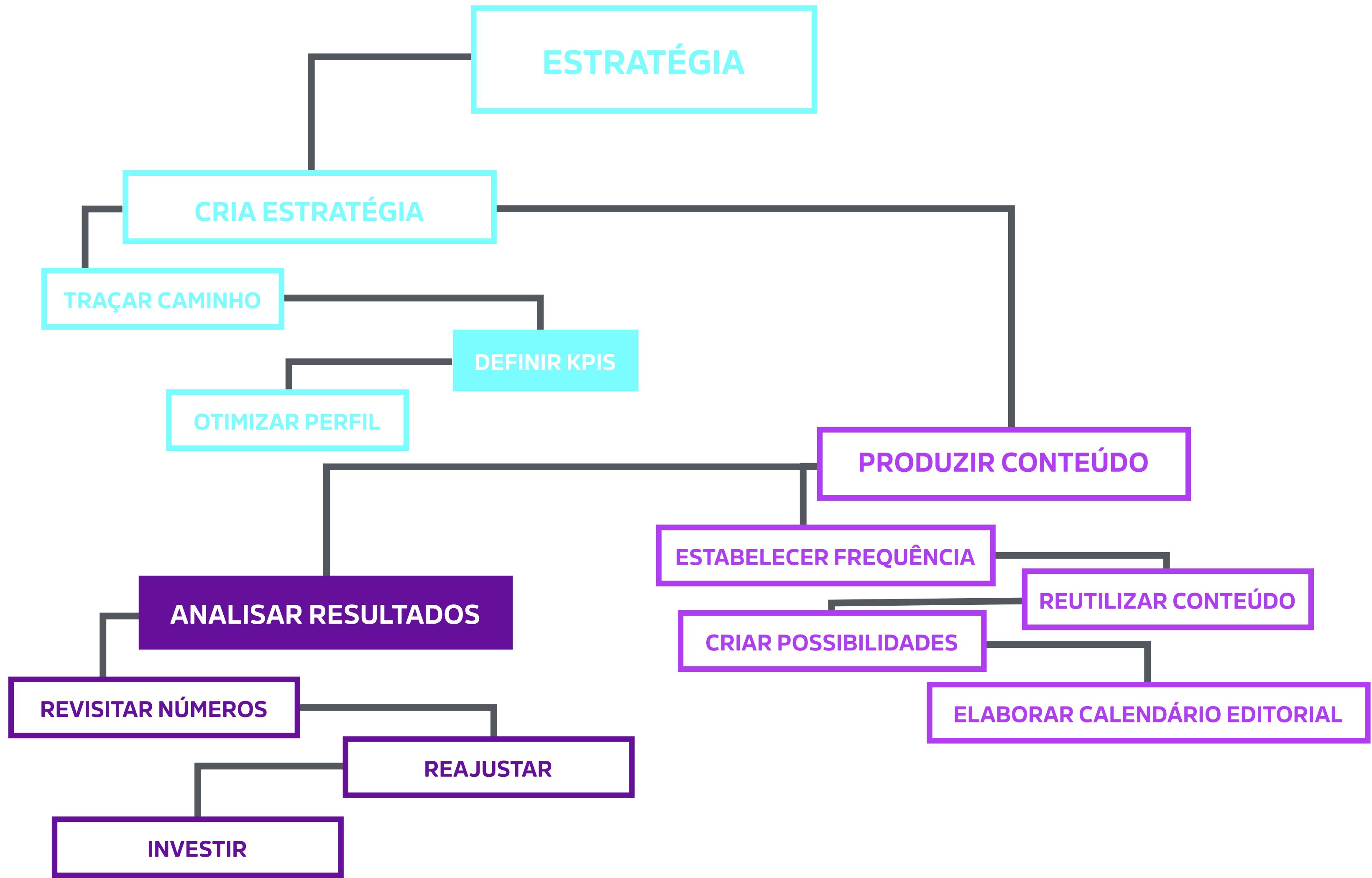
400x400px

# ORGANIZAÇÃO

# SOCIAL MEDIA



## PLANEJAMENTO



## KPI'S

Key Performance Indicator

## ENGAJAMENTO

Total de interações em uma publicação

## ALCANCE

Distribuição da sua publicação no feed dos usuários

## CTR

Click through Rate - cliques na sua publicação

## CRESCIMENTO

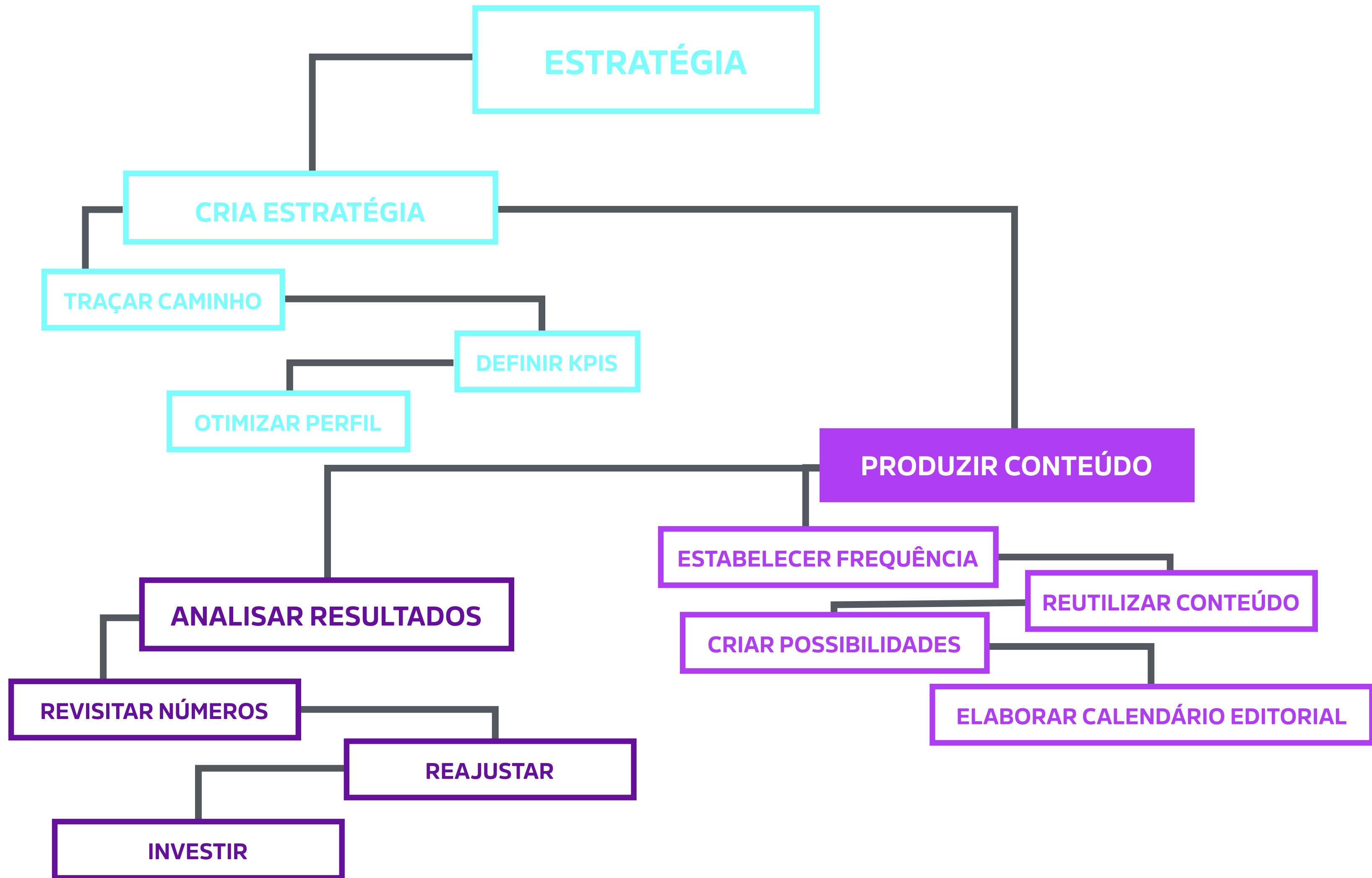
Seguidores ou curtidas

## CURTIDAS

## COMENTÁRIOS

## COMPARTILHAMENTOS

# SOCIAL MEDIA



# CONTEÚDO

## CONHEÇA SEU PÚBLICO

Entenda o público alvo, como se comporta, quais estímulos estão acostumados, o que gostam e o que não gostam.

## ESTUDE A REDE

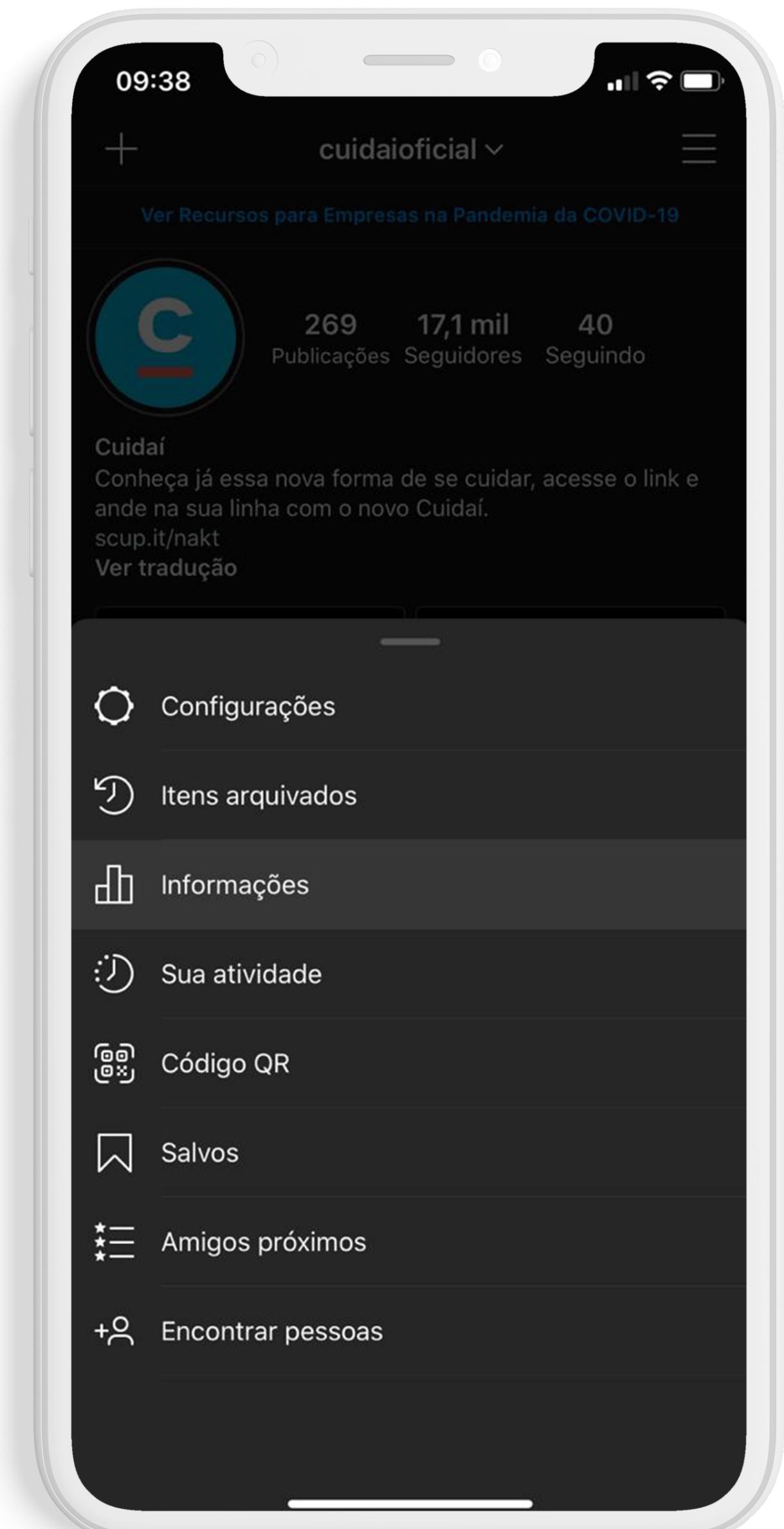
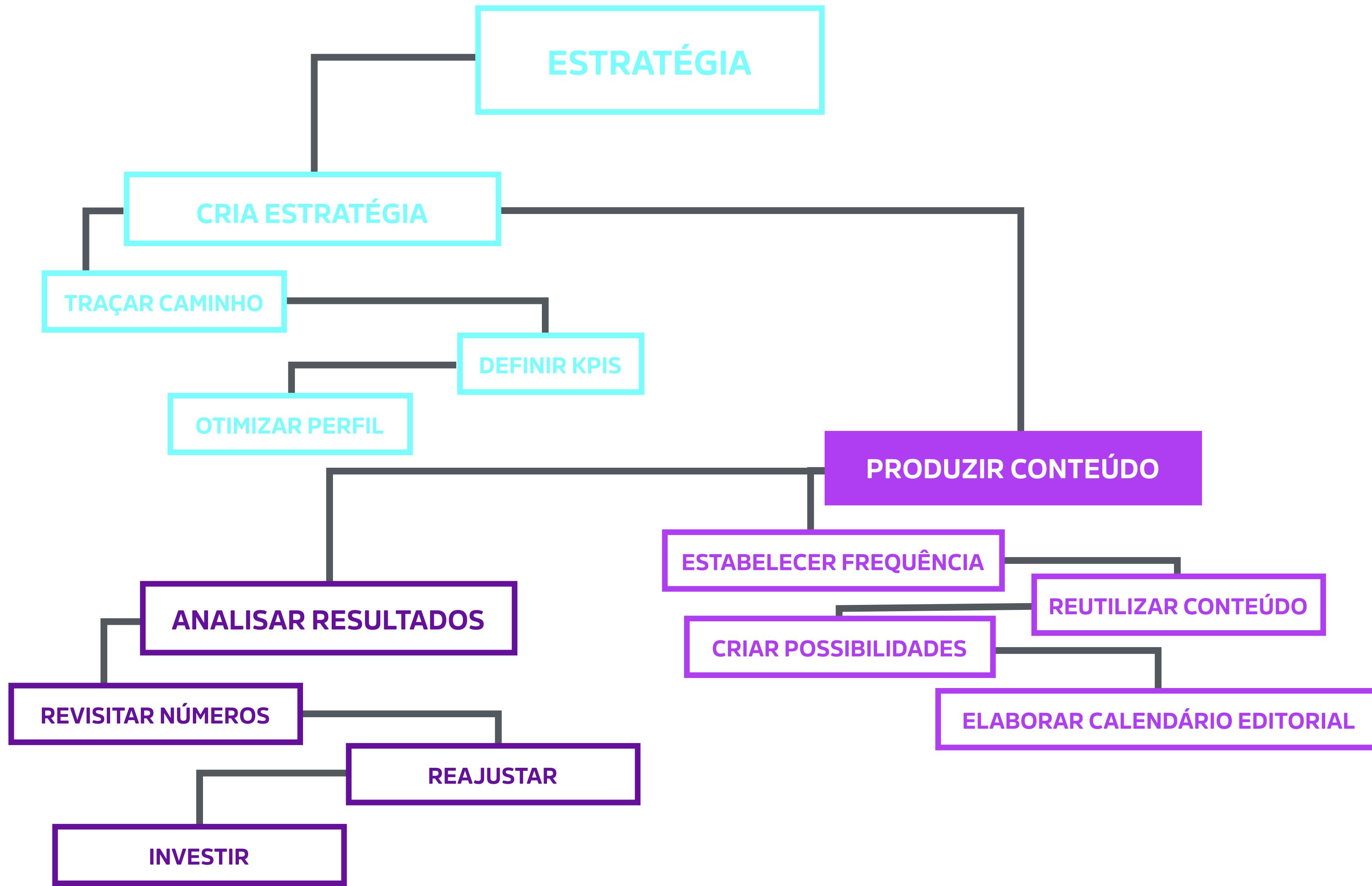
Cada rede social tem um comportamento. Tente entender os assuntos do momento e como isso interfere no plano de conteúdo

## ANTECIPE, MAS NÃO MUITO

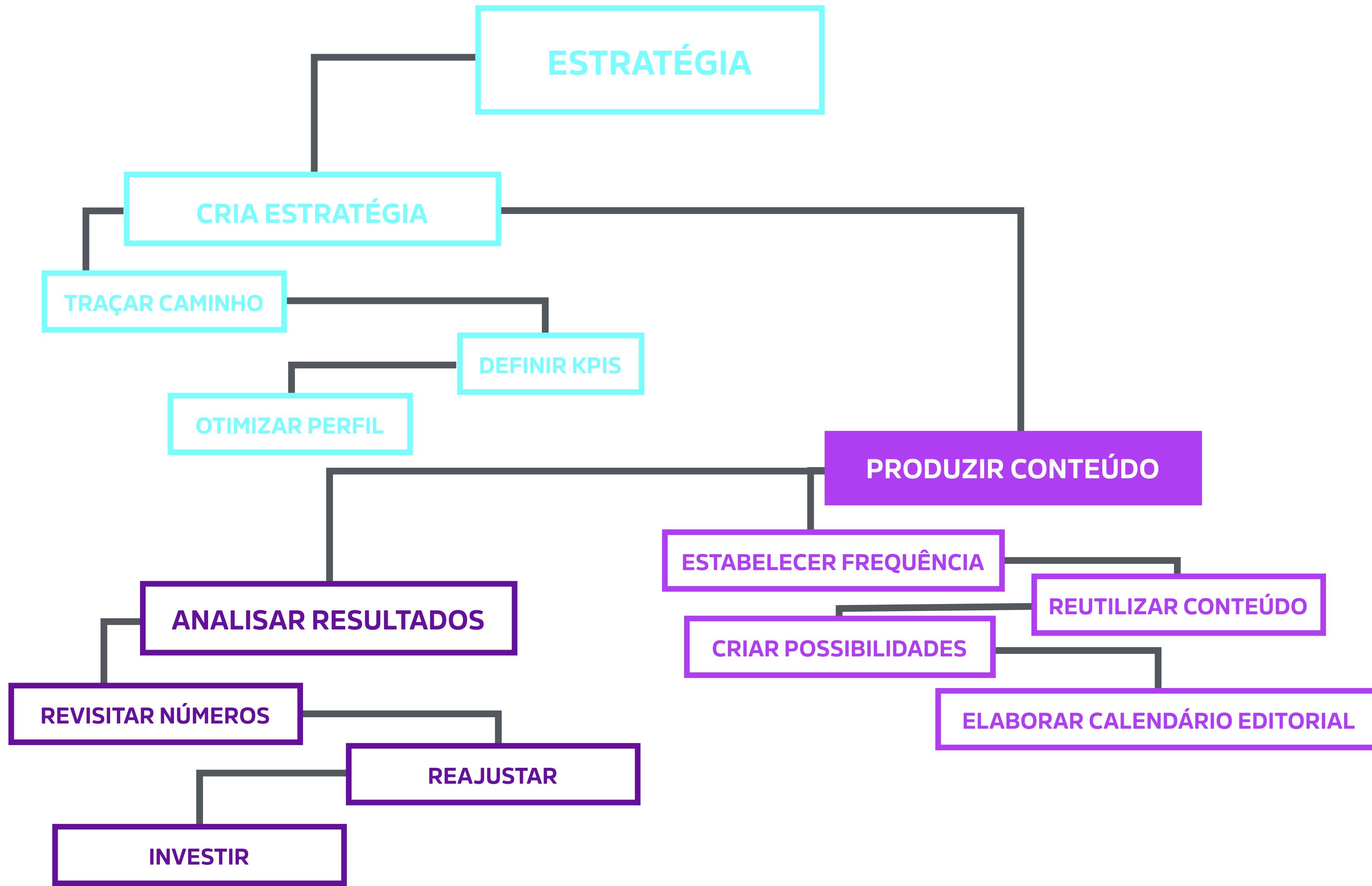
Trabalhe com uma margem e de segurança com conteúdos prontos, mas tenha flexibilidade, pois as coisas acontecem mto rápido

MÓDULO 8 | AULA 1

# SOCIAL MEDIA



# SOCIAL MEDIA





**"Soluções simples para  
problemas difíceis, requer  
sacrifícios grandes"**

**CROW SPIKE**

# AGENDA

## ✓ **REDES SOCIAIS**

Características e boas práticas

## ✓ **ORGANIZAÇÃO**

Para redes sociais

## ✓ **INDICADORES**

Quais números olhar

## ✓ **SOLO - SOCIAL MEDIA**

Processo de produção - Illustrator

# CURADORIA DO CONHECIMENTO

## ✓ Explorar: social media no pinterest

Experimente os termos:

"social media planner"

"design social media"

<https://br.pinterest.com/>



## ✓ Baixar: templates da Falcon.io

Eles disponibilizaram em seu site alguns arquivos de template nos vários tamanhos e arquivos

<https://www.falcon.io/insights-hub/topics/social-media-management/social-media-images-guides/>



# design gráfico

MÓDULO 8 | **AULA 1**

—

# OBRIGADA



**AULA 2**

# DESIGN GRÁFICO

MÓDULO 8

# AGENDA

## ◆ TIPOS DE ANIMAÇÕES

Características e boas práticas

## ◆ SOLO - ANIMAÇÕES

Processo de produção - Photoshop

# INTRO



Photoshop



Lightroom

Illustrator



InDesign

XD



Fresco

MÓDULO 8 | AULA 2  
**INTRO**



Photoshop



Lightroom

Premier



Premier Rush

Illustrator



InDesign

After Effects



Dimension

XD



Fresco

Animate



Character Animator

... mas, dá pra  
fazer animação  
no Photoshop?



MÓDULO 8 | AULA 2  
**ANIMAÇÕES**

Ps

**GIF**

Linguagem jovem  
Animações com frames  
Estilo stopmotion  
Muito usado em redes sociais

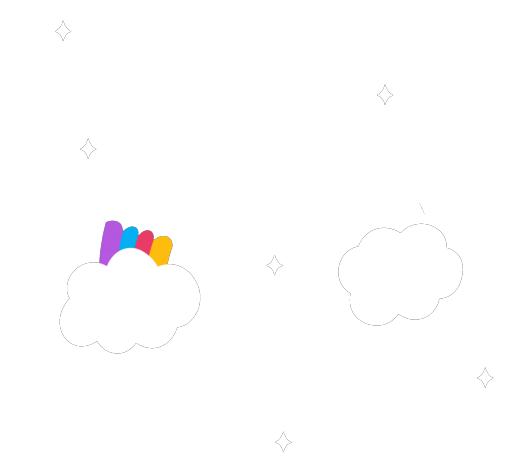


thank  
you

NEW  
POST



BOM  
dia



boa  
noite

SEXTOU

ARRASTA  
PRA CIMA



clique  
aqui

Adoro  
brilho

POST  
NOVO

I  
LOVE  
YOU

# ANIMAÇÕES



## VÍDEO

Linguagem fluída

Movimentos simples

Efeitos simples

Possibilidade de salvar em  
arquivo de vídeo

## R

- Moving Text -

# ANIMAÇÕES



## FRAME

Cada imagem/unidade da animação  
(30 fps)

## TIMELINE

Linha do tempo da animação em frames

## KEYPOINT

Ponto chave onde um movimento ou efeito se inicia e termina na timeline

## RENDER

Preparação do vídeo para salvar



**“A criatividade é a  
inspiração da inovação”**

**EVELYIN CONDEIRO**

# AGENDA

✓ **TIPOS DE ANIMAÇÕES**

Características e boas práticas

✓ **SOLO - ANIMAÇÕES**

Processo de produção - Photoshop

# CURADORIA DO CONHECIMENTO

## ✓ Explorar: Giphy

Maior banco de gifs da internet

<https://giphy.com/>

## ✓ Animar: Algo mais complexo

Tente, com mais tempo, animar algo mais complexo, com diversos elementos e diferentes estilos

# design gráfico

MÓDULO 8 | **AULA 2**

—

# OBRIGADA



**AULA 3**

# DESIGN GRÁFICO

MÓDULO 8

# AGENDA

## ◆ O MATERIAL IMPRESSO

Características e boas práticas

## ◆ FOLDER 2 DOBRAS

Processo de produção - Illustrator

## FOLDER

# IMPRESSOS

Para algumas empresas pode ainda ser uma estratégia inteligente utilizar meios de comunicação offline, mas tudo depende do segmento que a marca atua

Papel timbrado  
Cartão de visita  
Envelopes  
Adesivos  
Banner  
Cartaz  
Pedido/recibo  
Folder  
Calendário  
Sacola  
Cardápio  
Tag  
Postal  
Caderneta  
Bandeirola  
Solapa  
Display  
Credencial  
Faixa  
Agenda  
Credencial  
Catalogo  
Revista  
Comanda  
Crachá  
Convite  
Panfleto  
Caixas  
Embalagens  
Certificado  
Filipeta  
Manual  
Livro  
Imãs  
Capa de CD/DVD  
Máscara  
Marcador de página  
Mouse Pad  
Mobile  
Pastas  
Poster  
Porta copos  
Régua  
Ventarola  
Viseira  
Wobbler

## FOLDER

# IMPRESSOS

Para algumas empresas pode ainda ser uma estratégia inteligente utilizar meios de comunicação offline, mas tudo depende do segmento que a marca atua

Papel timbrado  
Cartão de visita  
Envelopes  
Adesivos  
Banner  
Cartaz  
Pedido/recibo

### Folder

Calendário  
Sacola  
Cardápio  
Tag  
Postal  
Caderneta  
Bandeirola  
Solapa  
Display  
Credencial  
Faixa  
Agenda  
Credencial  
Catalogo  
Revista

Comanda  
Crachá  
Convite  
Panfleto  
Caixas  
Embalagens  
Certificado  
Filipeta  
Manual  
Livro  
Imãs  
Capa de CD/DVD  
Máscara  
Marcador de página  
Mouse Pad  
Mobile  
Pastas  
Poster  
Porta copos  
Régua  
Ventarola  
Viseira  
Wobbler

# FOLDER





**“Tudo é relativo,  
Design é relação”**

PAUL RAND

# AGENDA

✓ **O MATERIAL IMPRESSO**

Características e boas práticas

✓ **FOLDER 2 DOBRAS**

Processo de produção - Illustrator

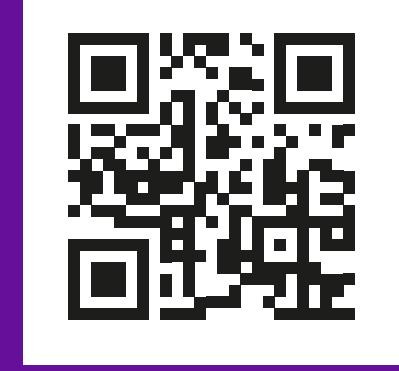
# CURADORIA DO CONHECIMENTO



## Instalar: Gerenciador de fonte

Software que faz o gerenciamento de fontes com uma versão free

[fontba.se](http://fontba.se)



# design gráfico

MÓDULO 8 | **AULA 3**

—

# OBRIGADA