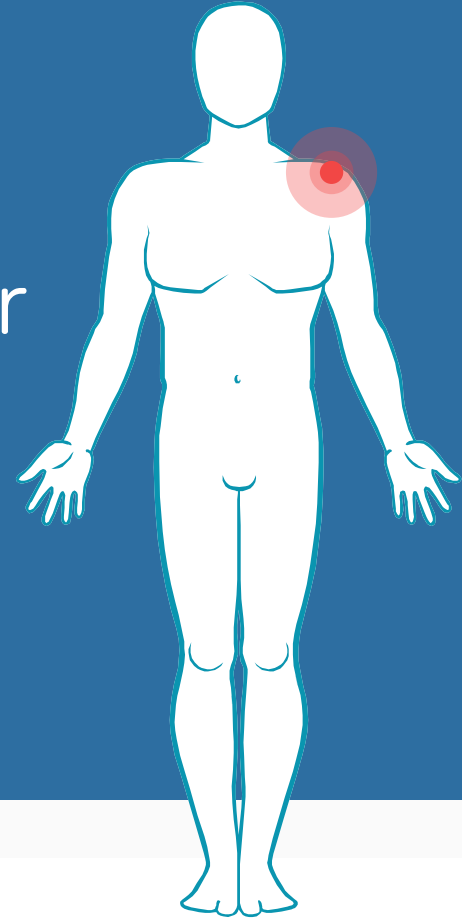


# On-Call

## Conselheiros de Saúde Familiar



Subunidade 4.3

Criar e partilhar a sua mensagem

## 4.3 CRIAR E PARTILHAR A SUA MENSAGEM

### Conteúdos

- ▶ A sua mensagem
- ▶ Porque é que a aparência visual importa
- ▶ Princípios de produção de conteúdo visual - posicionamento e composição
- ▶ Princípios de produção de conteúdo visual - fotos de alta qualidade
- ▶ Otimizar imagens
- ▶ Elementos gráficos e diagramas
- ▶ Conteúdo em diferentes media
- ▶ Direitos de autor
- ▶ Manuais de normas gráficas
- ▶ Atividade de aprendizagem autodirecionada

## CRIAR E PARTILHAR A SUA MENSAGEM

A Internet e as redes sociais estão cheias de informações.

Criar e destacar uma imagem confiável é crucial, especialmente ao partilhar informações de saúde.

Este ponto centra-se na produção de conteúdo visualmente atrativo e de alta qualidade, nos princípios gerais de produção de conteúdo, estilos de comunicação, produção de imagens e apresentações gráficas.



# Depois de concluir esta unidade de aprendizagem, terá aprendido o seguinte:

## CONHECIMENTOS:

- ▶ Conhecimento fundamental sobre a produção de conteúdo de *redes sociais*: princípios de design de conteúdo, estilos de mensagens, referências e utilização de imagens e gráficos.

## APTIDÕES:

- ▶ Aplicar as possibilidades oferecidas pelas redes sociais na disponibilização das mensagens;
- ▶ Produzir e publicar conteúdos através dos canais selecionados para enviar uma mensagem;
- ▶ Criar uma mensagem direcionada ao público-alvo, em termos conteúdo e *layout*.

## ATITUDES:

- ▶ Escolher o melhor canal e conteúdo da mensagem, considerando seu público-alvo;
- ▶ Estimar o momento certo, para publicar a mensagem para alcançar seu público-alvo.

## A SUA MENSAGEM

Qualquer mensagem que partilha nas redes sociais tem por base várias componentes:

- o conteúdo da informação;
- o estilo de escrita;
- as imagens incluídas;
- estilos visuais.

A escolha de serviços e redes sociais também faz parte da sua mensagem.

- Pense sempre na sua comunicação como um todo;
- Crie elementos visuais para apoiar a sua mensagem;
- A identidade visual das suas publicações devem estar alinhadas com o conteúdo.

## A SUA MENSAGEM

- As informações que partilha devem basear-se em pesquisas válidas.
- Faça sempre referência à fonte de informação.

O mesmo é válido para os elementos gráficos. Ao usar gráficos copiados de outras fontes, verifique se:

- as informações na imagem estão corretas;
- tem o direito de usar a imagem;
- o autor da imagem deve ser mencionado na imagem.



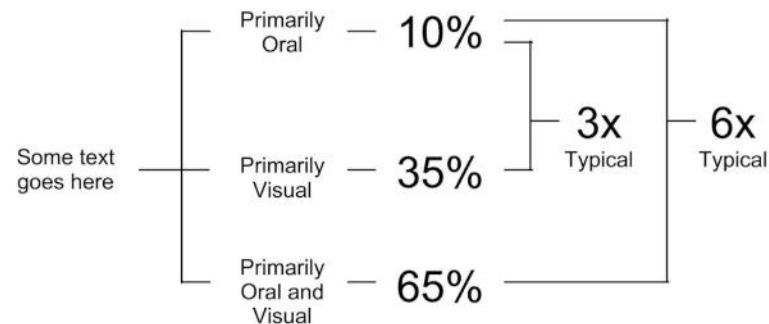
# PORQUE É QUE A APARÊNCIA VISUAL IMPORTA

A componente visual desempenha um papel importante na Internet e nas redes sociais.

Com base num estudo que analisou 100 milhões de artigos, verificou-se que:

- uma foto no Facebook atinge três vezes mais visualizações do que a mesma publicação sem uma foto.
- No Twitter, uma publicação com foto atinge duas vezes mais visualizações.

Uma pesquisa de John Medina destaca a superioridade da visão em comparação com os outros sentidos e a eficácia da imagem em comparação com a mensagem verbal.



*“Somos incríveis a memorizar fotos. Após escutar uma informação, três dias depois, irá lembrar-se de 10% dessa mesma informação. Adicione uma foto e irá lembrar-se de 65%, dessa mesma foto”*

# PORQUE É QUE A APARÊNCIA VISUAL IMPORTA

Regra cerebral número 10 de John Medina:  
"A visão supera todos os outros sentidos"

- ▶ As imagens sobressaem sobre o texto, em parte porque a leitura é muito ineficaz para nós.
- ▶ O nosso cérebro vê as palavras como letras minúsculas, nas quais precisamos reconhecer certas qualidades das letras para poder ler as palavras, e isso causa perda de tempo.
- ▶ Porque motivo a visão é tão importante para nós? Talvez porque sempre a usámos para identificar ameaças e perigos potenciais .

(Medina, 2018)



# PRINCÍPIOS NA PRODUÇÃO VISUAL DE CONTEÚDO - POSICIONAMENTO E COMPOSIÇÃO



O uso de imagens para a partilha de informações é eficiente, mas a criação de imagens e elementos gráficos requer conhecimento e uma abordagem sistemática.

Existem várias regras tradicionais no *design* gráfico e na impressão, que também se aplicam às redes sociais.

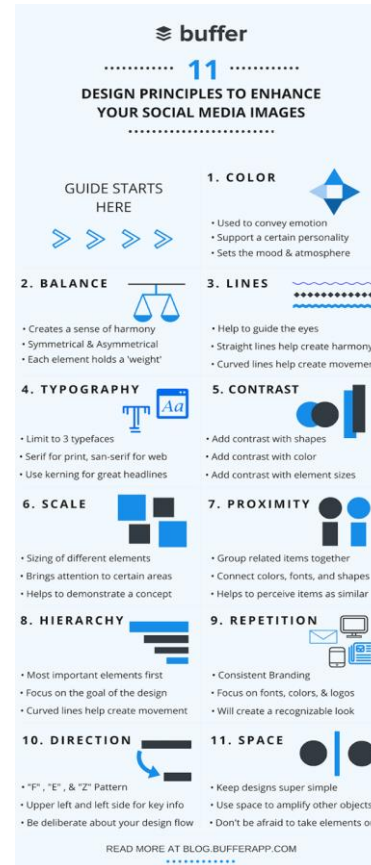
Saiba mais sobre este tópico:

*[How to Create Engaging Social Media Graphics](https://sproutsocial.com/insights/social-media-graphics/)*

<https://sproutsocial.com/insights/social-media-graphics/>

# O SITE BUFFER LISTA 11 PRINCÍPIOS-CHAVE PARA USAR E POSICIONAR IMAGENS:

1. cor
2. equilíbrio
3. linhas
4. tipografia
5. contraste
6. escala
7. proximidade
8. hierarquia
9. repetição
10. direção
11. espaço



**buffer**












..... **11** .....

**DESIGN PRINCIPLES TO ENHANCE YOUR SOCIAL MEDIA IMAGES**

.....

GUIDE STARTS HERE

➤ ➤ ➤ ➤

- 1. COLOR**  

  - Used to convey emotion
  - Support a certain personality
  - Sets the mood & atmosphere
- 2. BALANCE**  

  - Creates a sense of harmony
  - Symmetrical & Asymmetrical
  - Each element holds a 'weight'
- 3. LINES**  

  - Help to guide the eyes
  - Straight lines help create harmony
  - Curved lines help create movement
- 4. TYPOGRAPHY**  

  - Limit to 3 typefaces
  - Serif for print, san-serif for web
  - Use kerning for great headlines
- 5. CONTRAST**  

  - Add contrast with shapes
  - Add contrast with color
  - Add contrast with element sizes
- 6. SCALE**  

  - Sizing of different elements
  - Brings attention to certain areas
  - Helps to demonstrate a concept
- 7. PROXIMITY**  

  - Group related items together
  - Connect colors, fonts, and shapes
  - Helps to perceive items as similar
- 8. HIERARCHY**  

  - Most important elements first
  - Focus on the goal of the design
  - Curved lines help create movement
- 9. REPETITION**  

  - Consistent Branding
  - Focus on fonts, colors, & logos
  - Will create a recognizable look
- 10. DIRECTION**  

  - "F", "E", & "Z" Pattern
  - Upper left and left side for key info
  - Be deliberate about your design flow
- 11. SPACE**  

  - Keep designs super simple
  - Use space to amplify other objects
  - Don't be afraid to take elements out

READ MORE AT [BLOG.BUFFERAPP.COM](https://blog.bufferapp.com)

.....

# PRINCÍPIOS NA PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS VISUAIS – FOTOS DE ALTA QUALIDADE

Um site, página ou conteúdo de redes sociais bem-sucedido é composto por elementos individuais; para que o resultado seja de alta qualidade, cada um dos elementos individuais também deve ser de alta qualidade. .



- ▶ Olhe para os olhos do fotógrafo;
- ▶ Use um fundo simples;
- ▶ Use o *flash* ao fotografar ao ar livre;
- ▶ Posicione-se próximo do alvo;
- ▶ Não coloque o alvo no centro da imagem
- ▶ Mantenha o foco no alvo;
- ▶ Conheça o alcance do seu *flash*;
- ▶ Esteja consciente da direção da luz;
- ▶ Tire fotos na vertical;
- ▶ Guie as pessoas que está a fotografar.

*Lista de dicas da Kodak para fotos de alta qualidade*

## OTIMIZAR IMAGENS

A otimização da imagem significa não apenas melhorar os recursos qualitativos e visíveis da imagem, mas também reduzir o tamanho do arquivo e encontrar a melhor qualidade e tamanho do arquivo. Deve-se prestar atenção aos tamanhos dos arquivos - várias imagens com tamanhos grandes na mesma página podem diminuir significativamente o carregamento da página.

Se deseja uma imagem com uma melhor qualidade possível, a otimização da imagem deve ser feita com um editor de imagens. As alterações no tamanho da imagem feitas pelas aplicações de redes sociais variam qualitativamente - em alguns casos, a qualidade das imagens é baixa.

# OTIMIZAR IMAGENS

	Harmonia	Alinhamento	Transparência	Avisos
<b>JPG (JPEG)</b>	x	-	-	A melhor escolha para as fotos - formata ficheiros pequenos, compactação com perdas (existe uma perda de qualidade com a formatação do ficheiro)
<b>GIF</b>	-	x	x	Tonalidades limitadas, arestas irregulares quando a transparência é aplicada, permite animações curtas
<b>PNG-24</b>	x	x	x	Compactação sem perdas, boa qualidade, embora o ficheiro fique demasiado pesado. Permite transparência com arestas suaves.
<b>PNG-8</b>	-	x	x	Tonalidades limitadas, arestas irregulares quando a transparência é aplicada.

Ao usar o *software* de edição de imagens, convém saber como guardar as imagens. Esta tabela mostra os principais recursos e utilidades dos formatos mais comuns.

# Otimização de imagem utilizando o Adobe Photoshop

Conheça os conceitos básicos do Adobe Photoshop:

- ▶ Iniciar/abrir uma imagem;
- ▶ Ajustes automáticos;
- ▶ Alterar o tamanho da imagem;
- ▶ Salvar/Guardar uma imagem.

Otimização de imagem utilizando o Adobe Photoshop



# ELEMENTOS GRÁFICOS E DIAGRAMAS

O que pode conseguir com os elementos gráficos e porquê usá-los?

- O aspecto visual desempenha um papel importante na Internet e nas redes sociais.
- A partilha de informações e a captação de atenção aumentam através do uso de elementos gráficos, infográficos e tabelas

## Oito benefícios dos infográficos:

1. o cérebro humano processa melhor o visual do que o texto;
2. são uma ótima forma de contar histórias ilustradas;
3. são fáceis de resumir;
4. são vinculáveis;
5. são partilháveis;
6. ajudam-no a posicionar-se como um especialista;
7. podem ajudar a aumentar as vendas;
8. Ainda não são muito promovidos.

(Brockbank, 2018)



## CRIAR INFOGRÁFICOS COM O CANVA

O Canva é um programa conhecido e gratuito para criar elementos gráficos. Com o Canva pode fazer:

- ▶ Elementos visuais para redes sociais
- ▶ Gráficos e infográficos
- ▶ Elementos visuais para impressão
- ▶ Guias gráficos

**Criar infográficos com o Canva**





# CONTEÚDOS EM DIFERENTES REDES

## Canal específico

- as redes sociais e os dispositivos utilizados estão em constante mudança.
- As recomendações para diferentes redes, como os tamanhos de imagem e as proporções recomendadas, também estão sujeitos a alterações.
- Pode encontrar instruções online recentes e atualizadas para as diferentes redes.

# CONTEÚDOS EM DIFERENTES REDES

## Facebook

- Redefine automaticamente as imagens.
- Tem recomendações sobre os tamanhos de imagem.

[https://www.facebook.com/help/266520536764594?helpref=uf\\_permalink](https://www.facebook.com/help/266520536764594?helpref=uf_permalink)



## Twitter

- Baseia-se mais no conteúdo do texto e não tem orientações para imagens.
- As instruções do Twitter estão relacionadas com a natureza da comunicação e com a produção de texto.
- O uso de imagens é incentivado, mas não há nenhuma instrução para o tamanho ou formato.

<https://business.twitter.com/en/basics/what-to-tweet.html>



# CONTEÚDOS EM DIFERENTES *MEDIA*

## **YouTube**

Na ligação abaixo podem ser encontradas instruções para criar vídeos de alta qualidade para o YouTube:

<https://support.google.com/youtube/answer/4603579?hl=en>



## **Instagram**

Informações sobre tamanhos de imagem e proporções:

<https://www.facebook.com/help/instagram/1631821640426723?helpref=related>



Dicas e sugestões para fotos no Instagram:

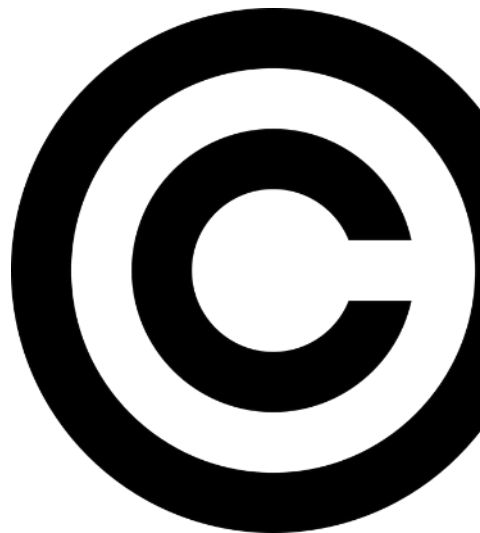
<https://www.facebook.com/help/instagram/427910070604293/>

## DIREITOS DE AUTOR

O princípio dos direitos de autor estabelece que um trabalho possa ser usado apenas com a permissão do autor e conforme permitido pelo autor. O site Social Media Examiner lista os principais princípios do uso de imagens no seu site - como usar imagens correta e legalmente nas redes sociais:

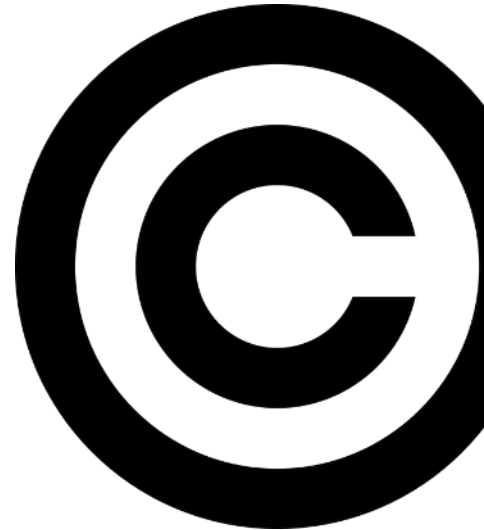
- ▶ Compreender os conceitos básicos de direitos de autor;
- ▶ Ler os termos de utilização de cada uma das suas redes sociais;
- ▶ Escolher a licença correta para usar as imagens;
- ▶ Obter permissão do criador da imagem;
- ▶ Não presumir que pode fazer uso justo livre da imagem de outra pessoa.

(Kornblet, 2017)



# DIREITOS DE AUTOR

- **Uso justo** é um termo da lei de direitos de autor dos EUA, que, em circunstâncias excepcionais, permite o uso de material que de outra forma seria protegido por direitos de autor.
- É uma lei específica dos EUA que, geralmente, não se aplica na União Europeia.
- As leis de direitos de autor da Europa e dos EUA são diferentes, mas também existem regras e regulamentos nacionais na UE.
- Confirme as leis de direitos de autor do seu país.
- Tal como em muitas outras questões no mundo digital, as questões de direitos de autor também estão a mudar. As mudanças planeadas e já implementadas nos direitos de autor podem afetar muito as redes sociais e todas as publicações na Internet no futuro.
- O artigo 13 é parte da nova diretiva de direitos de autor da UE que defende que os "serviços de partilha de conteúdo online" devem lidar com conteúdo protegido por direitos de autor, como programas de televisão e filmes.



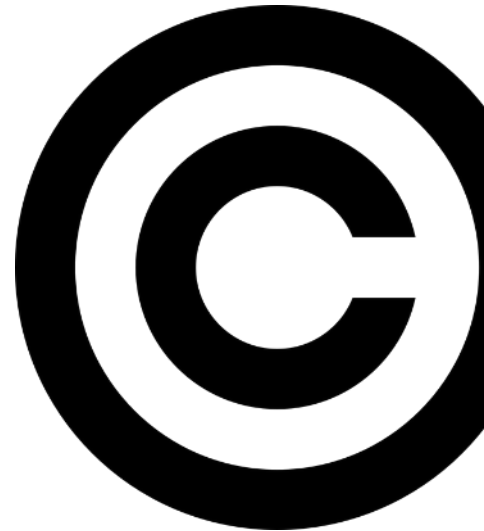
# DIREITOS DE AUTOR

O Artigo 13 refere-se a serviços que existem principalmente para dar ao público acesso a "obras protegidas ou outro objeto protegido carregado pelos seus utilizadores", portanto é provável que abranja serviços como YouTube, Dailymotion e Soundcloud.

No entanto, há também uma longa lista de isenções, que incluem:

- enciclopédias *online* sem fins lucrativos;
- plataformas de desenvolvimento de *software* de código aberto;
- serviços de armazenamento na nuvem;
- mercados *online*;
- serviços de comunicação.

(Fox, BBC News, 2019)



# NORMAS GRÁFICAS

Tradicionalmente, os Manuais de Normas Gráficas descrevem uma representação visual da organização, incluindo pelo menos os seguintes elementos:

- logótipo e o seu uso permitido;
- tipografia (fontes usadas em meios impressos e digitais);
- cores e instruções para a sua aplicação;
- instruções sobre a aplicação de todos os itens acima descritos, em vários contextos.

Poderá encontrar informações sobre os diferentes Manuais de Normas Gráficas em:

<https://blog.hubspot.com/marketing/examples-brand-style-guides>





Why use their branding guidelines on?

Are the guidelines short, and respectful to the user?

Do the guidelines have a balance of structure and flexibility?

Are the guidelines scalable?



**What not to do**

Treatments such as logo rotation, embossing, colour variation and glow effects are examples of what you may want to avoid.

**The Logo Spacing**

Giving a space around the logo is imperative to getting maximum impact. Supply a scalable unit that can be used in many scenarios.

**The Brand Colours**

Supply PANTONE, CMYK, RGB and Hexadecimal values of the intended house colours. Consider what their associative colours are too.

**House Type-faces**

You may give examples of header fonts, secondary fonts and body fonts along with possible leading and tracking properties.

**Types of Grid/ Layouts**

Any graphic and linear elements that are associated with the brand may require certain margins in order to maintain consistency.

**The Brand Imagery**

Giving examples of styles of imagery is crucial to maintaining brand consistency too. Remember to allow flexibility for brand evolution.

## Visual Identity

These are all the elements that you will use to express what your brand is about, and what it stands for. Outlining these in the guidelines is absolutely necessary if you want to achieve consistency within your brand.

## Strategy

The visual identity can't even begin without knowing the background of the brand, and where it intends to go. Giving the brand a personality and beliefs makes it approachable to consumers.

## Brand Tone

Having a strong brand tone that is expressed primarily within written media needs to be outlined to coincide with all the visual material.

**Brand Personality**

Your personality might be corporate and professional, or it might be laid-back. Having personality will help make your brand approachable.

**Market Positioning**

This will be your measure into whether or not your brand is successful. Knowing where you want to be gives your brand a goal.

**The Brand Beliefs**

Having beliefs that work alongside your brand personality and market position humanises and builds company character.

**Copy-writing Tone**

This covers all copy, including websites, advertisements and brochures.

**Social Media Tone**

Keeping tone is crucial in increasingly important social media sites such as twitter.

# Branding

## ATIVIDADE 1: Normas Gráficas

Fonte da imagem:  
MyFitnessPall.com







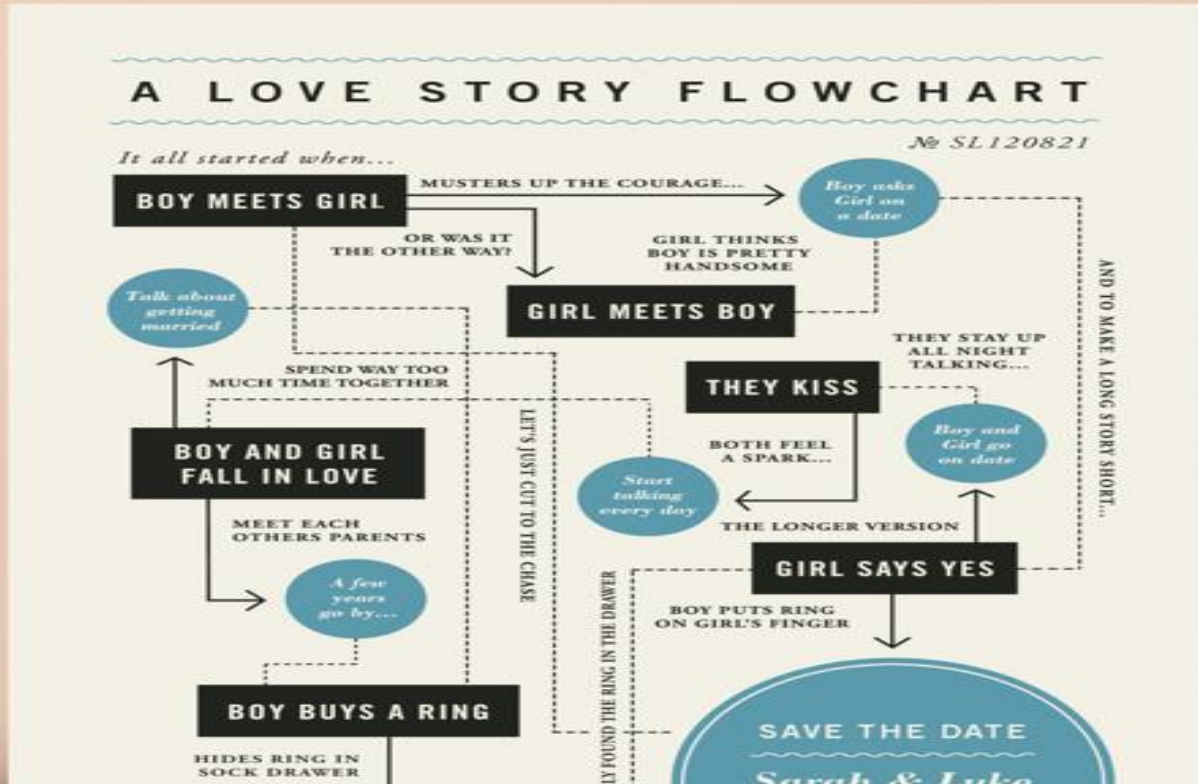
ATIVIDADE 2:  
Elementos visuais para a rede social selecionada

Fonte da imagem:  
[MyFitnessPall.com](http://MyFitnessPall.com)



## ATIVIDADE 3: A sua mensagem





# ATIVIDADE 4: Posicionamento e composição - juntar tudo

Fonte da imagem:  
MyFitnessPall.com



Erasmus+

Este projeto foi financiado com o apoio da Comissão Europeia.  
A informação contida nesta publicação (comunicação) vincula exclusivamente o autor,  
não sendo a Comissão responsável pela utilização que dela possa ser feita.



2018-1-UK01-KA204-048095