

MINITREINAMENTO EM

MÍDIAS SOCIAIS

COM FOCO NO FACEBOOK

Gabriel Valadão





**UMA MÍDIA SOCIAL É
COMPOSTA POR REDES SOCIAIS.
MAS NEM TODA REDE SOCIAL
ESTÁ NUMA MÍDIA SOCIAL.**



A close-up photograph of a person's hand holding a smartphone. The phone's screen displays a social media interface with a white background and blue accents. The text on the screen is partially visible and includes "plus 10", "plus 10", and "10". The background is blurred, showing a person's face and a blue wall.

Tripé do trabalho com
mídias sociais

PRODUÇÃO

INTERAÇÃO

MONITORAMENTO

Produção

CONSTÂNCIA
NÃO PODEMOS
CRIAR UMA PÁGINA
OU PERFIL E NÃO
ALIMENTÁ-LOS.



Produção

PLANEJAMENTO UMA PLANILHA SEMANAL/MENSAL AJUDA MUITO.

Há um modelo nos anexos.



Produção

TEXTOS

USE UMA LINGUAGEM DIRETA E ENVOLVENTE, QUE SE APROXIME DO USUÁRIO E CONVIDE-O À INTERAÇÃO.



Produção

TEXTOS

**QUANDO PRECISAR
INSERIR UM LINK EM
SEU TEXTO E O ENDEREÇO
FOR MUITO GRANDE, USE
UM ENCURTADOR.**

Sugestões: goo.gl ou bit.ly



Produção

TEXTOS

USAR HASHTAGS É UMA FORMA INTERESSANTE DE ORGANIZAR CONTEÚDOS COM O MESMO TEMA. MAS DEVEMOS EVITAR EXAGEROS.



Produção

TEXTOS

**CONHEÇA E USE
TODAS AS FERRAMENTAS
QUE A MÍDIA SOCIAL TE
OFERECE: EMOTICONS,
FIGURINHAS,
SENTIMENTOS, ETC.**

Sugestão: piliapp.com



Produção

TEXTOS

EVITE ESCREVER EM CAIXA ALTA (CAPS LOCK) NAS LEGENDAS OU COMENTÁRIOS. EM VEZ DE CHAMAR ATENÇÃO, ISSO DÁ A IMPRESSÃO DE QUE ESTAMOS GRITANDO.



Produção

TEXTOS EXEMPLOS.



Veja tudo que rolou na abertura da XI Jornada de Iniciação Científica, no Campus Venda Nova do Imigrante! bit.ly/2dNLR4S

#ifes #ifesvendanova #XIJIC



FOTOS DA XI JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DO CAMPUS VENDA NOVA!
<http://ifes.edu.br/noticias/16786-estudantes-e-servidores-lotam-auditorio-na-abertura-da-xi-jornada-de-iniciacao-cientifica>

#ifes #ifesvendanova #vendanova #vni
#XIJIC #sextou #énois #amomuitotudoisso
#estudantes #muitoamorenvolvido

Produção

TEXTOS EXEMPLOS.



Ainda não se inscreveu para os cursos técnicos do Ifes? Não perca tempo, as inscrições vão só até amanhã. bit.ly/2jYmojF

Já se inscreveu? Conte pra gente qual curso você escolheu. 😊



Inscrições para cursos técnicos até amanhã. bit.ly/2jYmojF

Produção

IMAGENS

NÃO É NECESSÁRIO USAR FOTOGRAFIAS E ARTES ULTRAPROFISSIONAIS, MAS ATENTE-SE PARA CRITÉRIOS COMO NITIDEZ E POLUIÇÃO VISUAL.



Produção

IMAGENS **NÃO USE IMAGENS** **FEITAS PARA OUTROS** **MEIOS (CARTAZES,** **FOLDERS, ETC).**

Caso você já possua uma arte, produzida pela ACS para outros meios, fique à vontade para nos solicitar uma versão para mídias sociais.



Produção

IMAGENS COMO CONSEGUIR?

Fotografias: pexels.com

Produção de imagens: canva.com

Noções de design: curso "Basicão do Design", da ACS.



Produção

IMAGENS EXEMPLOS.



BEFORE USINGS

- STARTUP (LINES) BOMBAI
- DELEGAR
- "KUSTEEL JAMES" (TOMAS)
- ANA BIANCA COSTA
- PRAIA DE CARVALHO

THE

- FORTALEZA
- FORTALEZA
- FORTALEZA

AUSTEL

- FORTALEZA
- FORTALEZA

SUITE

- FORTALEZA
- FORTALEZA

CONTO

- FORTALEZA
- FORTALEZA

CONTO

- FORTALEZA
- FORTALEZA

CONTO

- FORTALEZA
- FORTALEZA

Produção

IMAGENS EXEMPLOS.



Produção

VÍDEOS

NÃO É NECESSÁRIO USAR OU PRODUZIR VÍDEOS ULTRAPROFISSIONAIS, MAS ATENTE-SE PARA CRITÉRIOS COMO NITIDEZ, ESTABILIDADE E QUALIDADE DE ÁUDIO.



Produção

TRANSMISSÕES AO VIVO
MUITO UTILIZADO PARA
“FLASHES” EM EVENTOS.
QUANDO FEITO NUM
AMBIENTE CONTROLADO
(COM TRIPÉ E MICROFONE
EXTERNO) É ÚTIL TAMBÉM
PARA ENTREVISTAS.

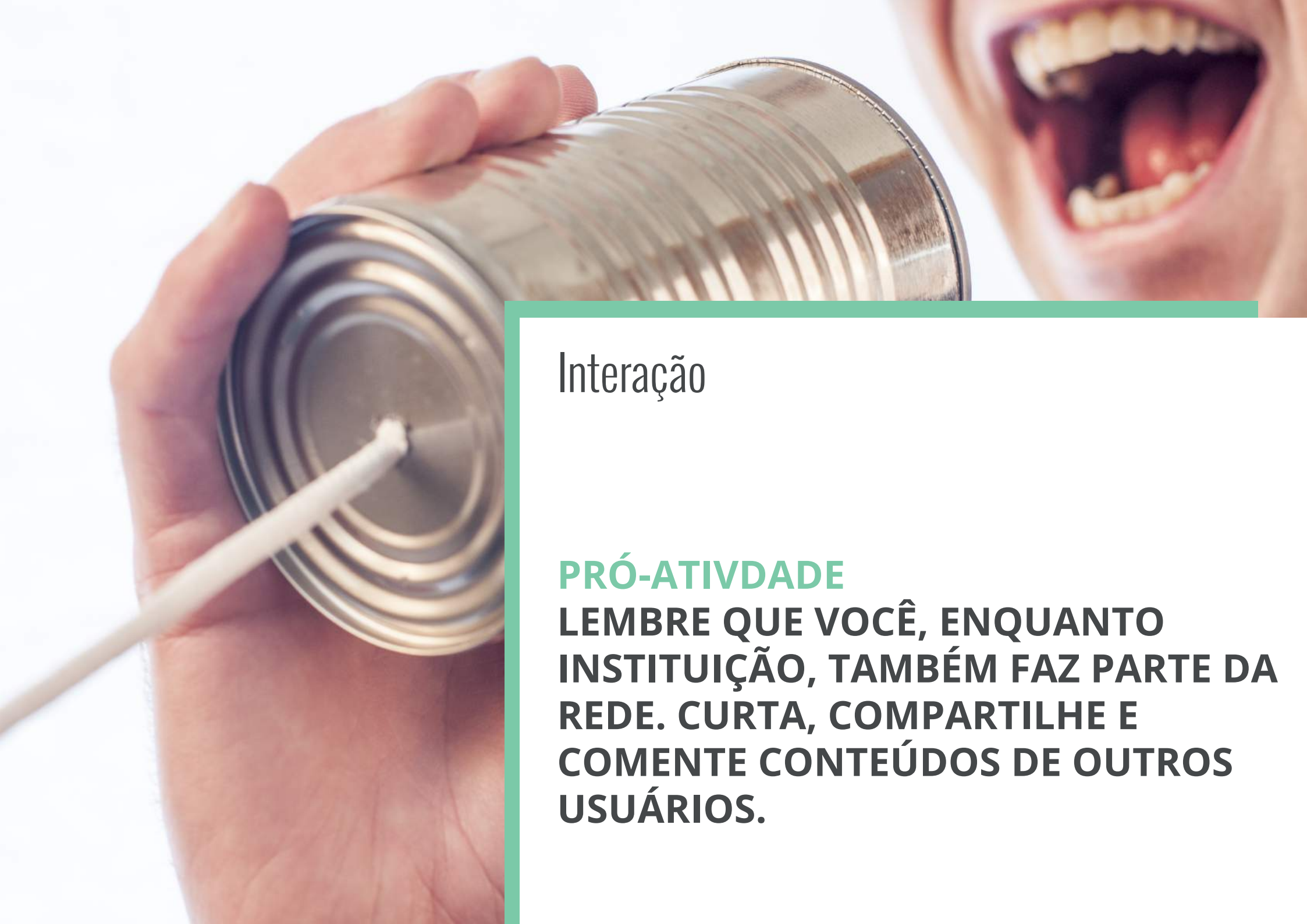




Interação

GLOBALIDADE

PROCURE RESPONDER TODOS OS QUESTIONAMENTOS DOS USUÁRIOS. COMENTÁRIOS POSITIVOS TAMBÉM MERECEM, NO MÍNIMO, UMA CURTIDA.



Interação

PRÓ-ATIVIDADE

LEMBRE QUE VOCÊ, ENQUANTO INSTITUIÇÃO, TAMBÉM FAZ PARTE DA REDE. CURTA, COMPARTILHE E COMENTE CONTEÚDOS DE OUTROS USUÁRIOS.

Monitoramento

SAIBA O QUE FALAM SOBRE VOCÊ.



Monitoramento

COMO?

buzzmonitor.com.br

seekr.com.br

hootsuite.com



Facebook



**INSTITUIÇÕES DEVEM USAR UMA PÁGINA, NUNCA UM PERFIL
TER UM PERFIL PODE PARECER TENTADOR, PORÉM AS PÁGINAS SÃO MAIS EFICAZES. ELAS SÃO VOLTADAS A NEGÓCIOS E ORGANIZAÇÕES, POSSUINDO MAIS FERRAMENTAS PARA ALCANÇAR O PÚBLICO E UMA BASE COMPLETA DE DADOS ESTATÍSTICOS.**



Facebook

**TORNE-SE RELEVANTE
QUANTO MAIS CLIQUES A SUA
PUBLICAÇÃO POSSUIR, MAIS O
FACEBOOK O LEVARÁ ATÉ OUTRAS
PESSOAS. QUEBRE A BARREIRA DO 1%*.**

* A não ser que haja pagamento, o Facebook, num primeiro momento, só leva a sua publicação a 1% dos seus seguidores.

Facebook



TORNE-SE RELEVANTE, COMO?

TÃO IMPORTANTE QUANTO UMA IMAGEM BONITA OU UM TEXTO ATRATIVO, É O ASSUNTO QUE VOCÊ ABORDA. CERTIFIQUE-SE DE QUE SUAS POSTAGENS SÃO DO INTERESSE DA MAIOR PARTE DO SEU PÚBLICO.

O FACEBOOK ENTENDE COMO RELEVANTE UMA PUBLICAÇÃO QUE RECEBE MUITOS CLIQUES, E ISSO NÃO SIGNIFICA APENAS CURTIDAS, COMENTÁRIOS E COMPARTILHAMENTOS. PROCURE FAZER PUBLICAÇÕES QUE INDUZAM O USUÁRIO A ALGUMA AÇÃO, COMO POR EXEMPLO: CLIQUE EM LINKS, PLAY NO VÍDEO OU GIF, EXPANSÃO DE IMAGEM.

INTERAJA. AO CURTIR OU RESPONDER A UM COMENTÁRIO EM SUA PUBLICAÇÃO, ELA TAMBÉM SE TORNA MAIS RELEVANTE.

Facebook



**TEXTO DIRETO
E NÃO MUITO
GRANDE**

**IMAGEM SEM
POLUIÇÃO
VISUAL**

Tamanho sugerido:
640 x 640 pixels

A screenshot of a Facebook post from the page 'Ifes - Instituto Federal do Espírito Santo', dated '19 de novembro de 2015'. The post text reads: 'Anote aí! Dia 26 de novembro, às 20h, no Teatro do Campus Vitória, a Orquestra Pop & Jazz do Ifes realizará uma apresentação em homenagem aos dias da Consciência Negra (20/11) e do Músico (22/11). Compareça, a entrada é franca! 😊 bit.ly/1PCnkQb'. Below the text is a square image of a musician playing a saxophone. Overlaid on the image is the text: 'Você pode substituir a quinta à noite em casa por show da Pop&Jazz e pipoca do Tio Anísio, por exemplo.' The image also features social media icons and the text 'Mesoficial'. Below the image are interaction buttons: 'Curtir', 'Comentar', and 'Compartilhar'. The post shows it was liked by 'Nathália Poloni, Lara Rios Bueno e outras 64 pessoas'. There are '20 compartilhamentos'. Two comments are visible: one from 'Yasmin Ventura' saying 'Tio anísio é mito' (16:07) and another from 'Ifes - Instituto Federal do Espírito Santo' saying 'A melhor pipoca de Vitória' (16:24).

LINK

INTERAÇÃO

Facebook



FOTO DE PERFIL EM PÁGINAS DE INSTITUIÇÕES, O IDEAL É QUE SEJA USADA A PRÓPRIA IDENTIDADE VISUAL.

Dica: No caso do Ifes e seus campi, o logo na versão vertical preenche mais o espaço do avatar e fica mais visível.

Tamanho indicado
pelo Facebook:
160 x 160 pixels



Facebook



FOTO DE CAPA

IDEAL PARA UMA FOTOGRAFIA OU ARTE DA INSTITUIÇÃO, SEM A NECESSIDADE DA MARCA ESTAR PRESENTE.

Dica: Funciona bem para eventos esporádicos, porém não deve ser trocada diariamente, como um post, por exemplo. Além de ter menos alcance que um post, poucas pessoas acessam a página para visualizar.



Tamanho indicado pelo Facebook: **828 x 315 pixels**
Dica: em smartphones, a largura diminui. Portanto, se a sua arte contém informações textuais, é interessante centralizá-las.





Facebook

NOME

PARA OS CAMPI DO IFES, É SUGERIDO QUE SEJA USADO O FORMATO:

Ifes – Campus Montanha

NOME DE USUÁRIO

PARA OS CAMPI DO IFES, É SUGERIDO QUE SEJA USADO O FORMATO:

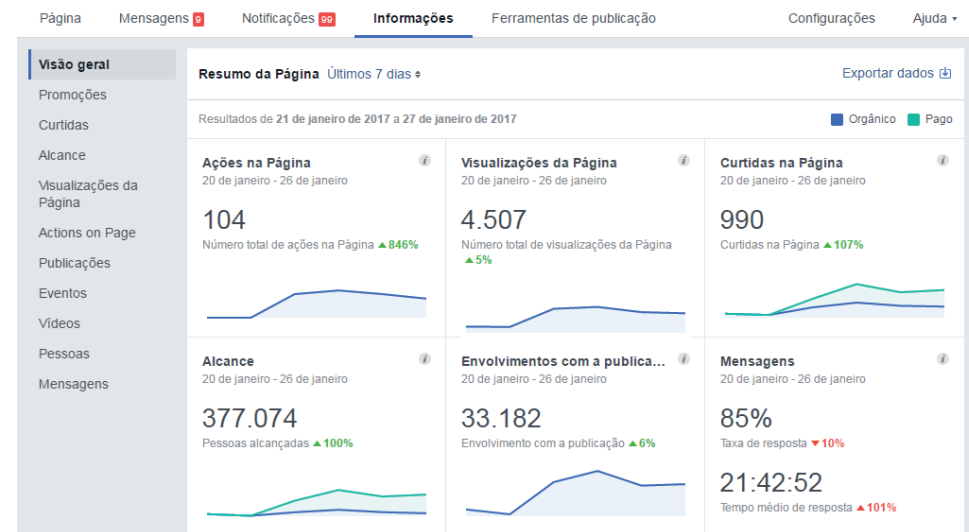
ifesmontanha

Para alterar o nome e o nome de usuário, acesse a sessão “Sobre”. Nesta sessão você também edita informações como telefone, endereço, descrição do campus. É importante sempre mantê-las **atualizadas**.

Facebook



ABA INFORMAÇÕES
APRESENTA UMA SÉRIE DE DADOS
ÚTEIS PARA CONHECER O PÚBLICO
E O RENDIMENTO DA PÁGINA.



Facebook



DICAS

CHAMADA PARA AÇÃO.

Cria um botão destacado, em que você direciona o usuário para ações como acessar o seu site ou enviar uma mensagem.



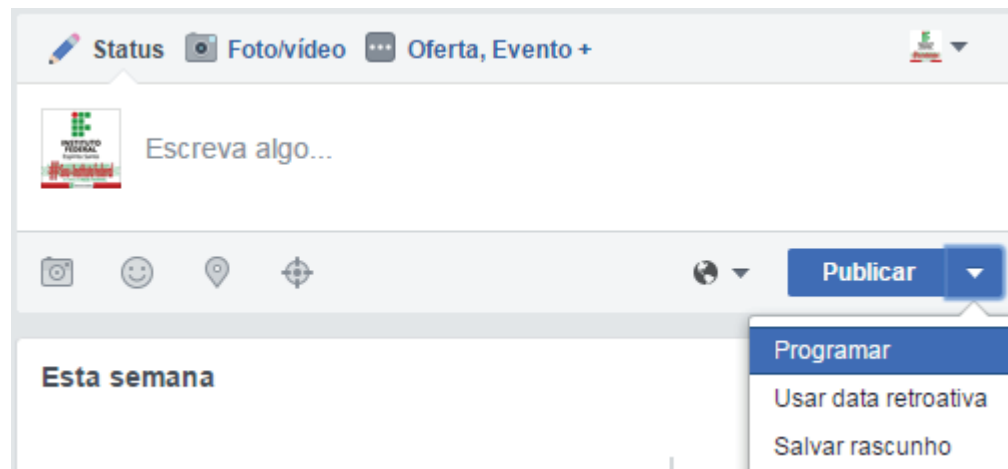
Facebook



DICAS

PROGRAMAR PUBLICAÇÃO.

É possível agendar para que a sua publicação entre no ar, automaticamente, numa data futura. Também é possível fazer publicações usando datas passadas.



Facebook



DICAS

VERIFICAÇÃO DE PÁGINA.

Verifique a sua página para que ela ganhe o selo de autenticidade do Facebook. Isso ajuda os usuários a perceberem que se trata de uma página oficial, além de dar mais destaque nos resultados de busca dentro da mídia social.

Informações	Ferramentas de publicação	Configurações	Ajud
Favoritos	A Página não foi adicionada aos favoritos	Editar	
Visibilidade da Página	Página publicada	Editar	
Verificação da Página	A Página foi verificada	Editar	

Outras mídias

TWITTER

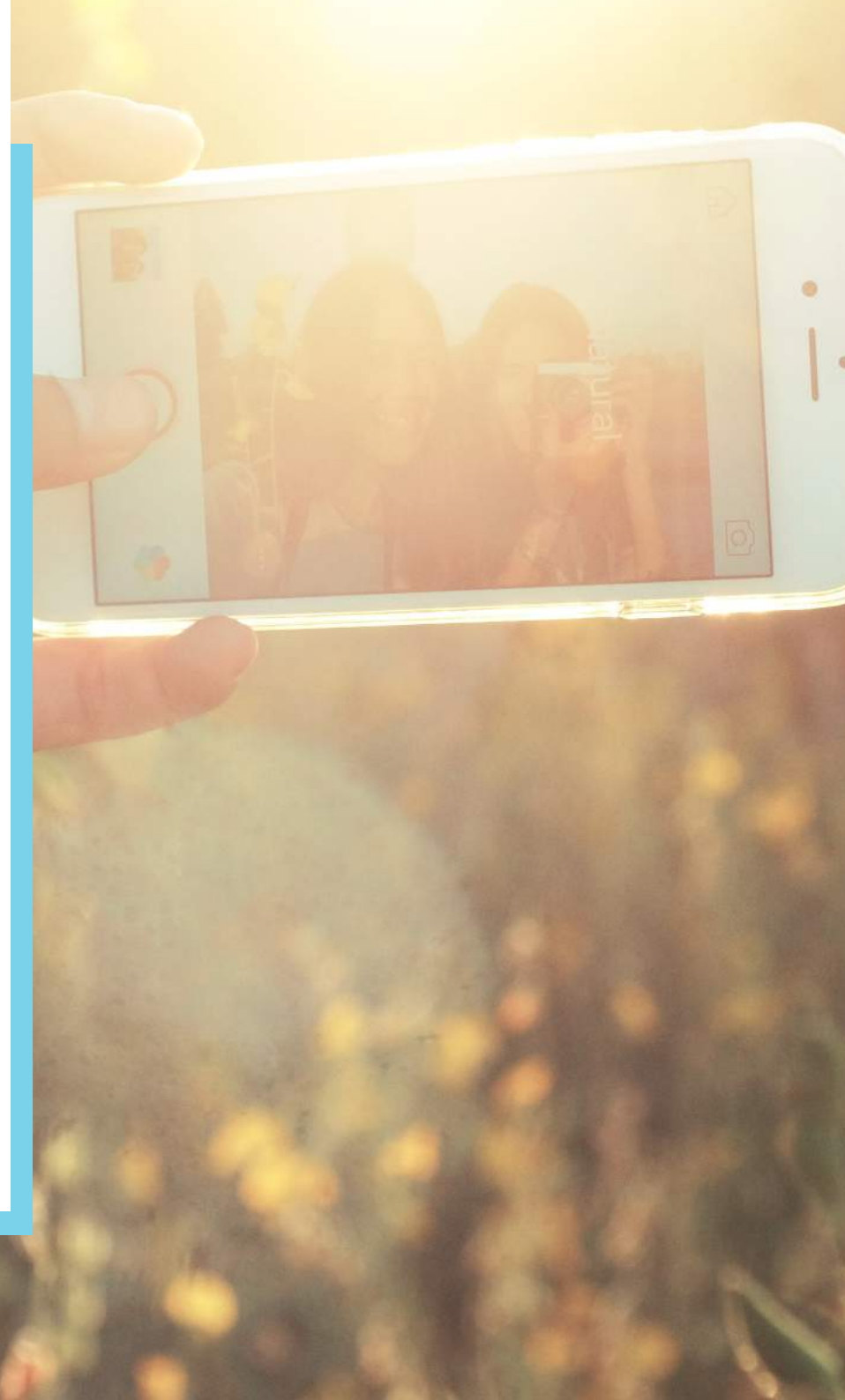
ACEITA NO MÁXIMO 140 CARACTERES, GERANDO TEXTOS DIRETOS E CURTOS.

O USO DE LINKS SE TORNA CONSTANTE.

TEM UM CARÁTER MAIS IMEDIATISTA. NÃO É SEMPRE NECESSÁRIO O USO DE UMA IMAGEM.

ÓTIMO PARA COBERTURA DE EVENTOS.

Tamanho de imagem indicado:
750 x 425 pixels



Outras mídias

INSTAGRAM

NORMALMENTE UTILIZA-SE MAIS FOTOGRAFIAS DO QUE ARTE COM TEXTOS.

ÓTIMO PARA COMPARTILHAR FOTOS DOS ALUNOS E SERVIDORES.

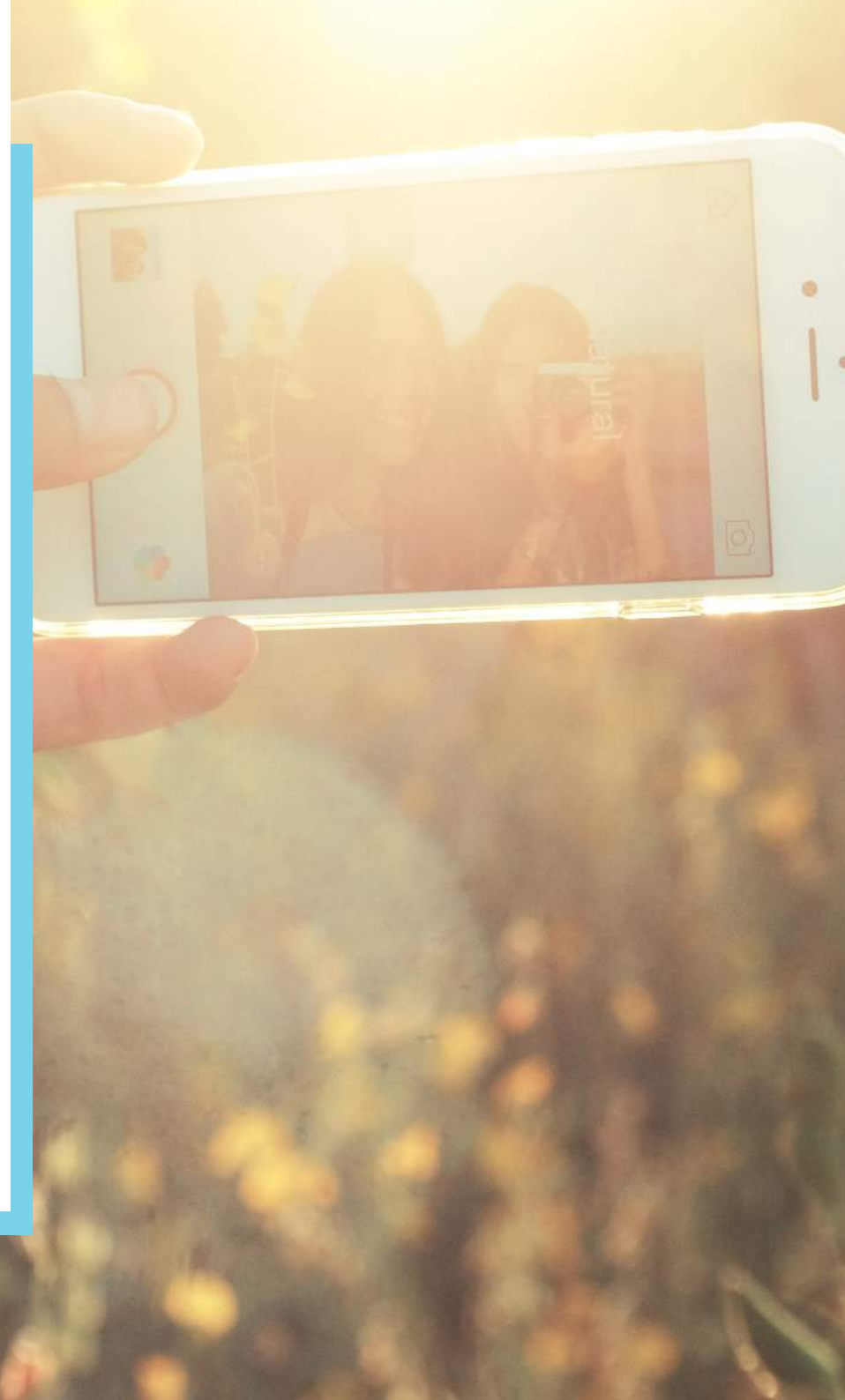
A FUNÇÃO “HISTÓRIAS” É IDEAL PARA MOSTRAR O COTIDIANO, OS BASTIDORES.

A NOVA FUNÇÃO DE TRANSMISSÃO AO VIVO PODE SER UMA BOA PARA COBERTURA DE EVENTOS.

Tamanho de imagem indicado:

Feed: **640 X 640 pixels**

Stories: **Varia de acordo com o celular. Orientação vertical.**



Outras mídias

SNAPCHAT

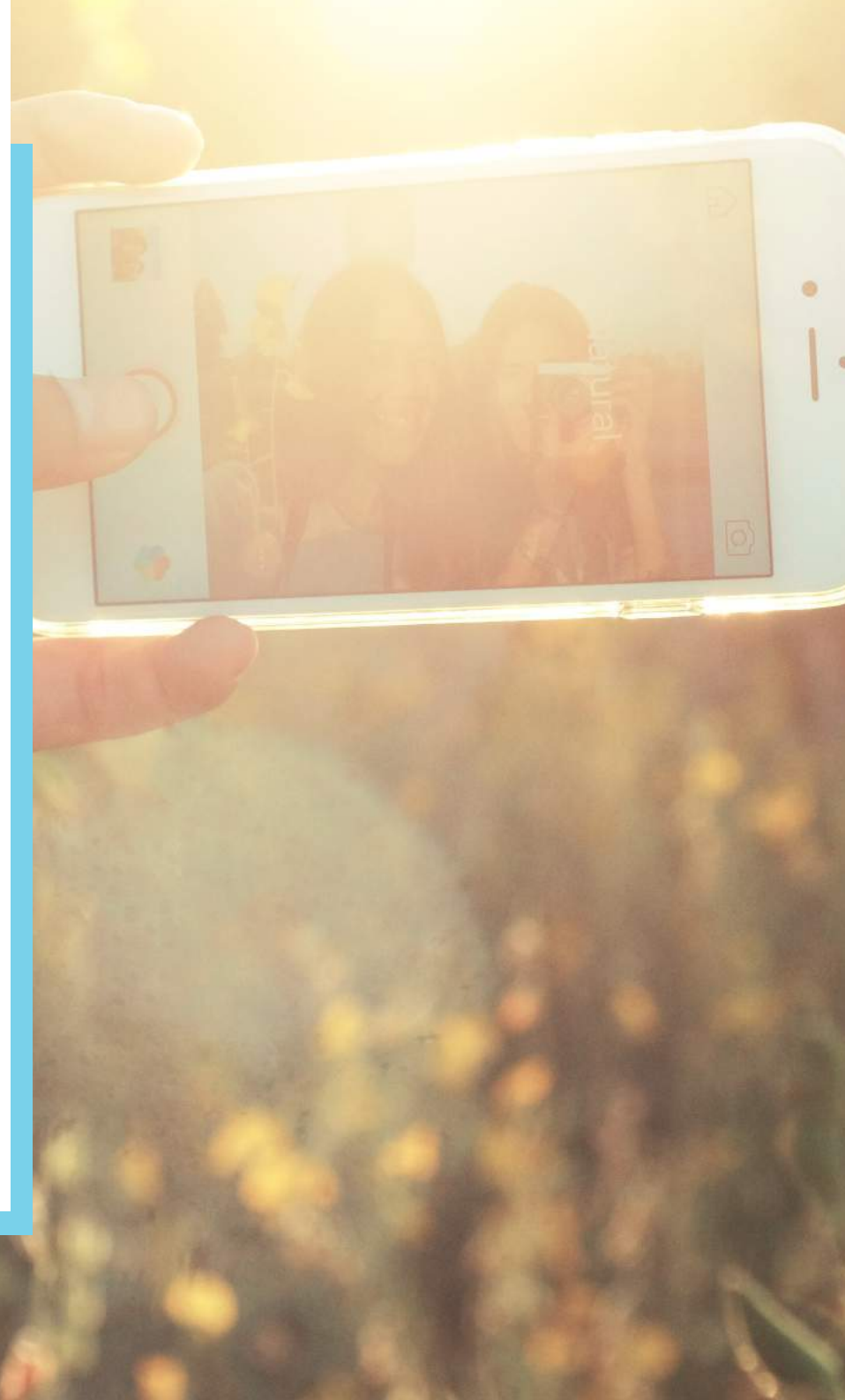
É A VERSÃO ORIGINAL DO “HISTÓRIAS” DO INSTAGRAM.

MUITO UTILIZADO PELO PÚBLICO JOVEM.

ULTIMAMENTE, O SNAPCHAT TEM PERDIDO UM POUCO DE ESPAÇO (EM FUNÇÃO DO “HISTÓRIAS” DO INSTAGRAM).

Tamanho de imagem indicado:

Varia de acordo com o celular. Orientação vertical.



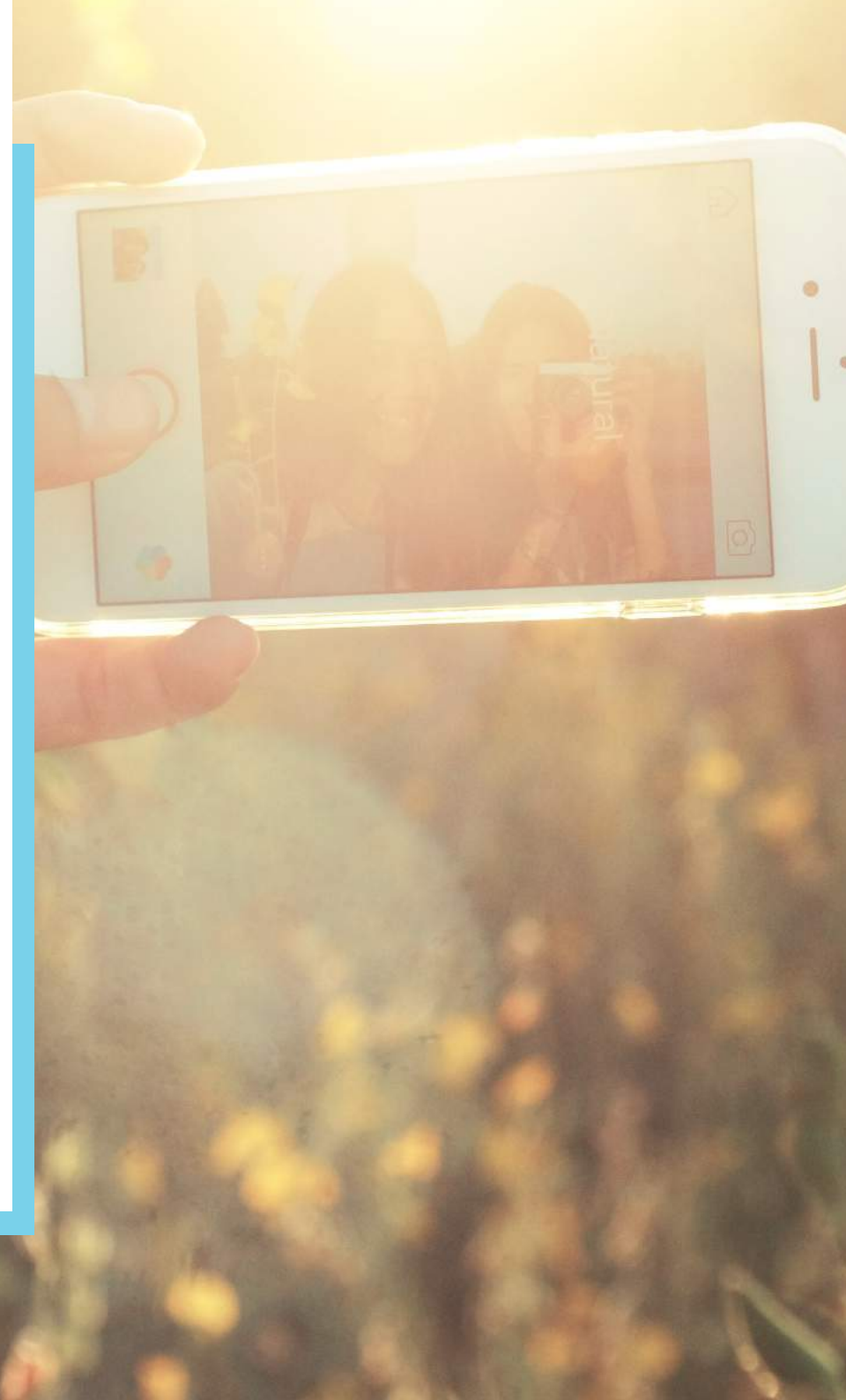
Outras mídias

LINKEDIN

POR SE TRATAR DE UMA MÍDIA SOCIAL VOLTADA À VIDA PROFISSIONAL DOS USUÁRIOS, O LINKEDIN SE TORNA INTERESSANTE PARA INSTITUIÇÕES DE ENSINO, COMO ESPAÇO PARA DIVULGAÇÃO DE CURSOS E CONCURSOS.

É INTERESSANTE QUE SE CRIE UMA UNIVERSITY PAGE EM VEZ DE UMA COMPANY PAGE. AS UNIVERSITY PAGES POSSUEM FERRAMENTAS E FUNCIONALIDADES ESPECÍFICAS PARA INSTITUIÇÕES DE EDUCAÇÃO.

Tamanho de imagem indicado:
750 x 425 pixels



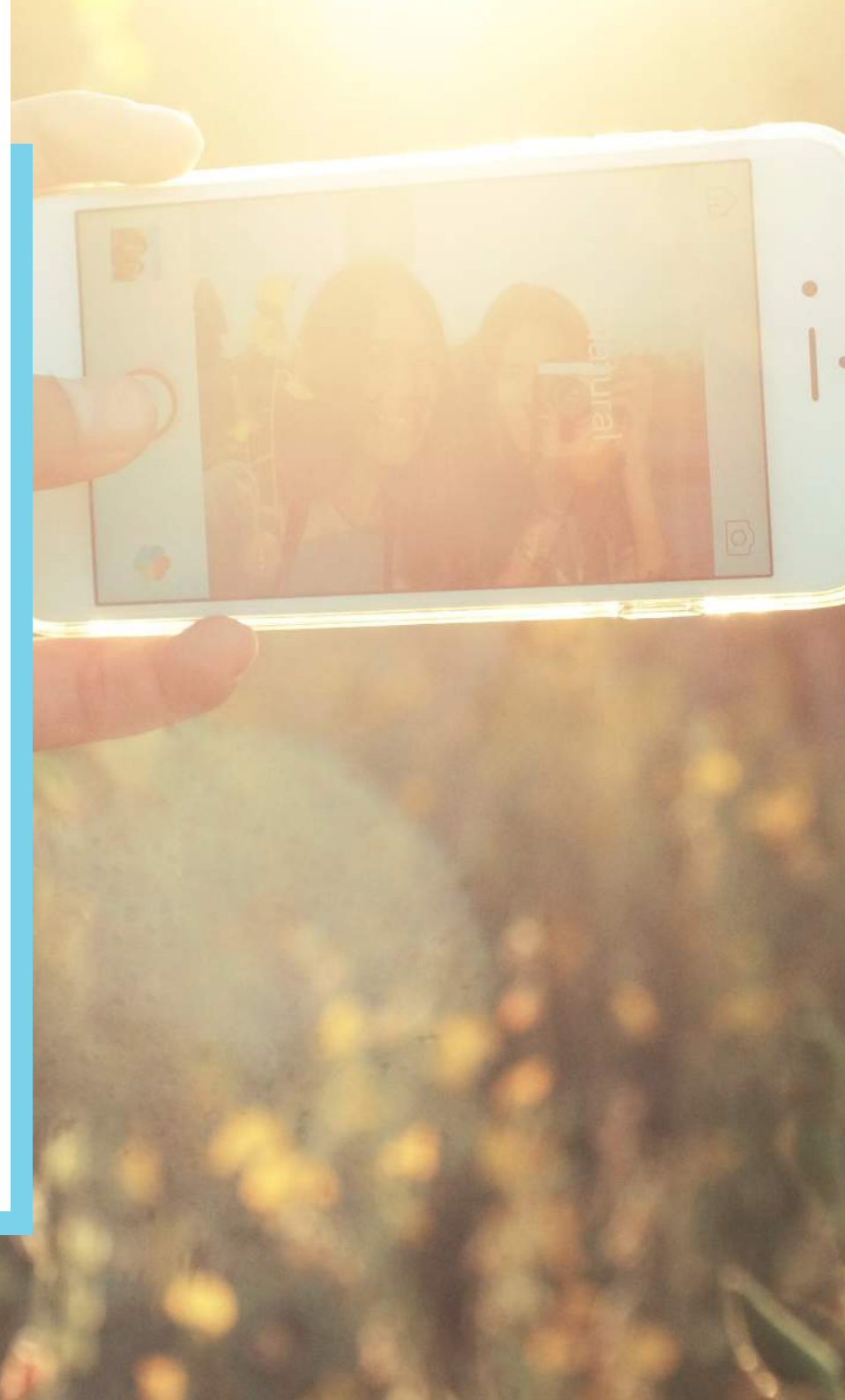
Outras mídias

YOUTUBE

É O MAIOR SITE DE COMPARTILHAMENTO DE VÍDEOS DO MUNDO.

BOA PLATAFORMA PARA UPLOAD DE PRODUÇÕES DA INSTITUIÇÃO, APESAR DO FACEBOOK TAMBÉM FAZER ESTA FUNÇÃO.

Resolução mínima indicada para os vídeos:
1280 x 720 pixels



Outras mídias

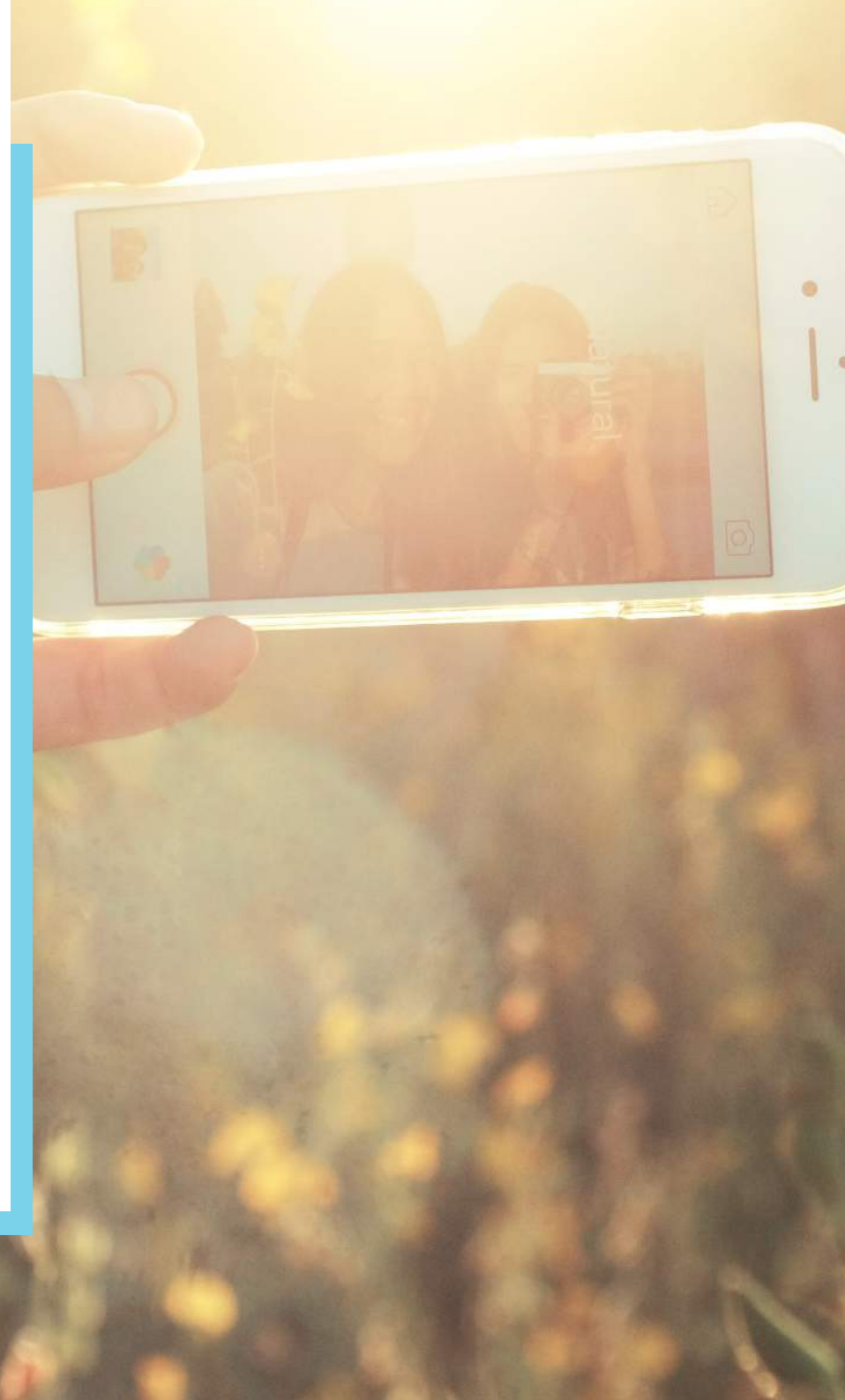
QUAIS EU DEVO FAZER PARA O MEU CAMPUS?

ISSO É MUITO RELATIVO. FACEBOOK E INSTAGRAM COSTUMAM VALER A PENA, SÃO DUAS DAS QUE MAIS POSSUEM USUÁRIOS E PODEM TRABALHAR DE FORMA INTEGRADA.

A DICA É PESQUISAR QUAIS MÍDIAS O SEU PÚBLICO UTILIZA MAIS. E TAMBÉM ANALISAR SE HAVERÁ RECURSOS TÉCNICOS E HUMANOS PARA CADA UMA.

NÃO ADIANTA TER TODAS AS MÍDIAS E FAZER UM TRABALHO MEDIANO EM CADA UMA.

Sugestão de site para programar publicações nas mídias sociais que não possuem o próprio recurso: hootsuite.com.





BÔNUS

Whatsapp

TEXTOS, IMAGENS E VÍDEOS QUE TRANSITAM NAS MÍDIAS SOCIAIS TAMBÉM PODEM SER COMPARTILHADOS POR ALUNOS E SERVIDORES EM SEUS MENSAGEIROS.

Tamanho de imagem indicado:

640 x 640 pixels

Dica: é interessante que todas as informações do "post" estejam na imagem, pois no aplicativo ela nem sempre é reencaminhada com a legenda.



**“A ÚNICA CONSTANTE É
A MUDANÇA”**

Heráclito de Efeso

**COM AS MÍDIAS SOCIAIS NÃO É DIFERENTE,
ELAS SE ATUALIZAM A TODO MOMENTO.
NASCEM, CRESCEM E MORREM.
CONFIRA SEMPRE O QUE HÁ DE NOVO EM TERMOS DE
FERRAMENTAS E FUNCIONALIDADES.**

FIM

Sempre que bater uma dúvida,
fique à vontade para entrar em contato.
acs@ifes.edu.br ou **27 3357-7526**

