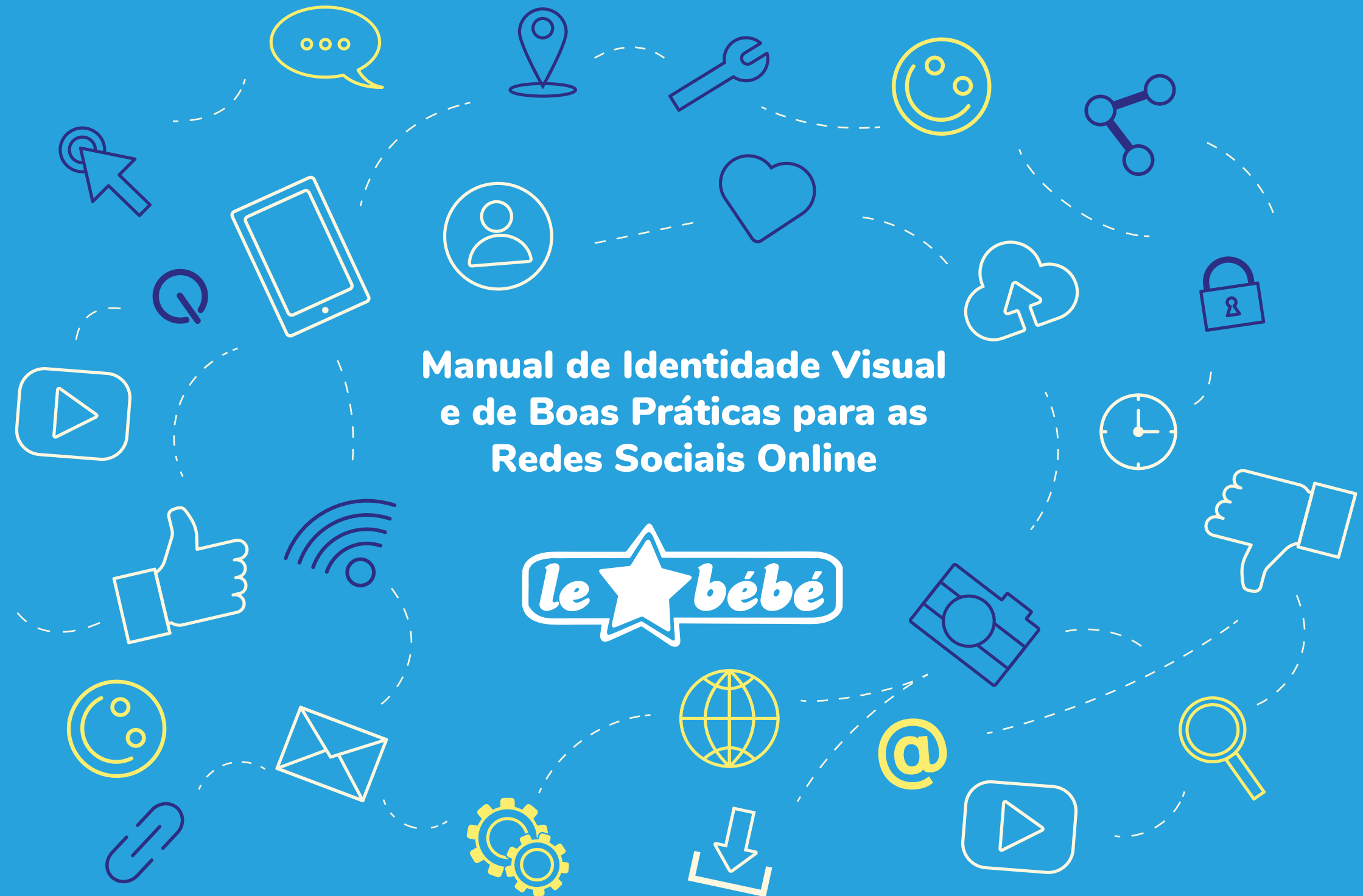


Manual de Identidade Visual e de Boas Práticas para as Redes Sociais Online



Sumário

I. Apresentação	4
1. Sobre a Le Bébé	6
2. Nossas Páginas na Internet	7
II. Identidade Visual	10
1. Sobre a Marca.....	11
2. Tipografia Institucional.....	13
3. Padrão Cromático Institucional	17
4. Versões do Logo.....	18
5. Variações de Cor do Logo	21
6. Área de Proteção do Logo	23
7. Tamanho Mínimo do Logo	25
8. Uso Proibido do Logo	26
9. Cores de Fundo Sugeridas para o Logo	28
10. Aplicações do Logo	30

11. Exemplos de Aplicações Incorretas do Logo.....	33
12. Facebook - Formatos	35
13. Instagram - Formatos	40
III. Boas Práticas nas Redes Sociais Online	43
1. Como orienta-se que os funcionários da Le Bébé se portem nas Redes Sociais Online	44
2. Diferença entre Perfil Pessoal e Página Comercial	45
3. Direitos Autorais	46
4. Sugestões ao Produzir Conteúdo	49
5. Recomendações para o Uso do Facebook.....	51
6. Recomendações para o Uso do Instagram.....	53
7. Respondendo Mensagens	56
IV. Expediente.....	58
V. Referências e Complementos	60
VI. Glossário	62



I. Apresentação

Este manual tem como objetivo ser um guia sobre a marca Le Bébé e o uso de suas páginas nos sites de redes sociais, servindo para tirar dúvidas e prevenir problemas.

Foi criado a partir de um logo e de algumas definições informais que já existiam, mas que agora estão formalizadas aqui.

Ele traz diversos padrões e recomendações que devem ser respeitados, com intuito de manter um bom posicionamento da Le Bébé.

1. Sobre a Le Bébé

Fundada por Robyson Coronado e Letícia Giratta, a Le Bébé está presente nos lares de Curitiba e Região Metropolitana desde março de 2010. A empresa quer tornar o sonho da maternidade ainda mais incrível com sua variedade de produtos e qualidade de serviço.

Missão

Comercializar soluções em produtos para mães e bebês, comprometidos com clientes internos e externos, buscando maior qualidade de vida e visando a realização de sonhos.

Visão

Ser referência no comércio varejista de produtos especializados para mães e bebês na região Sul do Brasil.

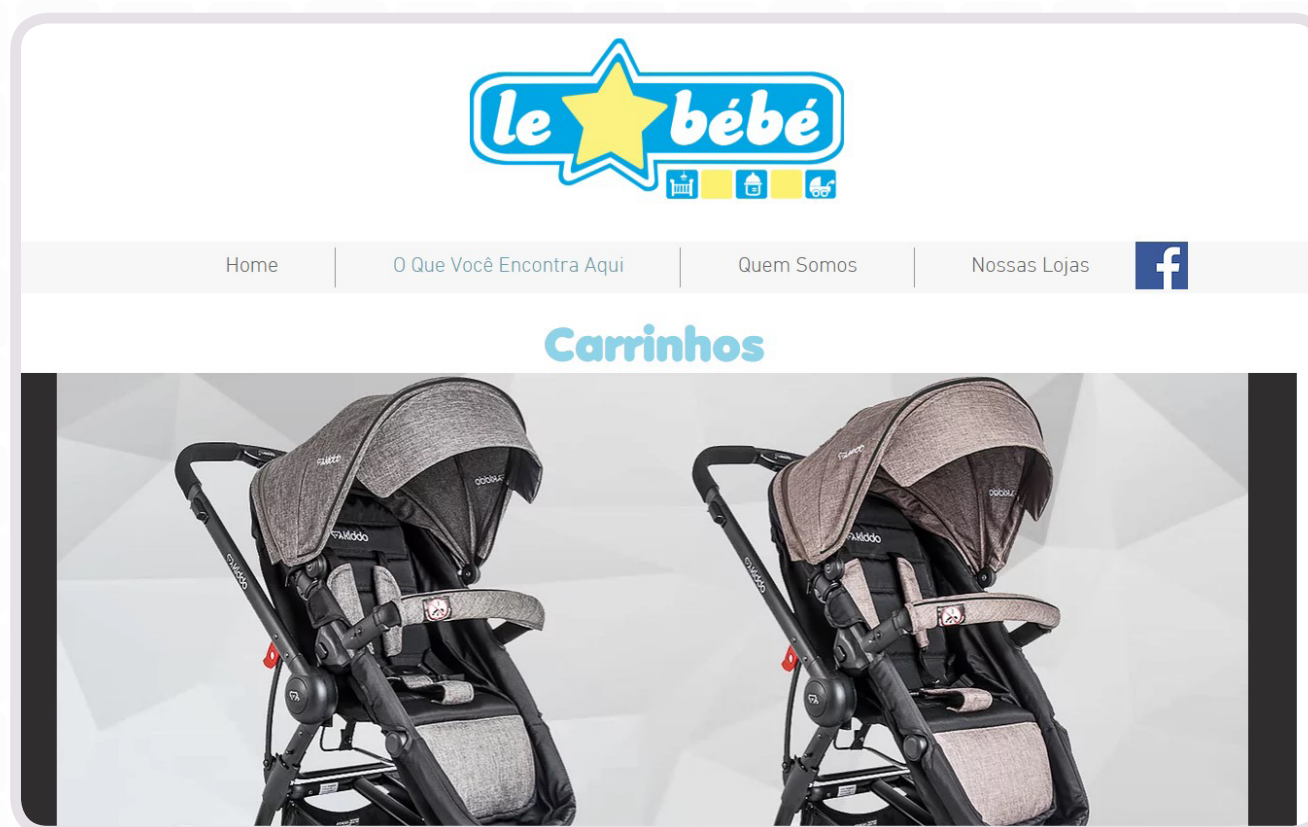
Valores

Design, honestidade, foco no cliente, comprometimento, ética, excelência, criatividade, iniciativa e confiança.

2. Nossas Páginas na Internet

Site:

<https://www.lebebe.com.br>



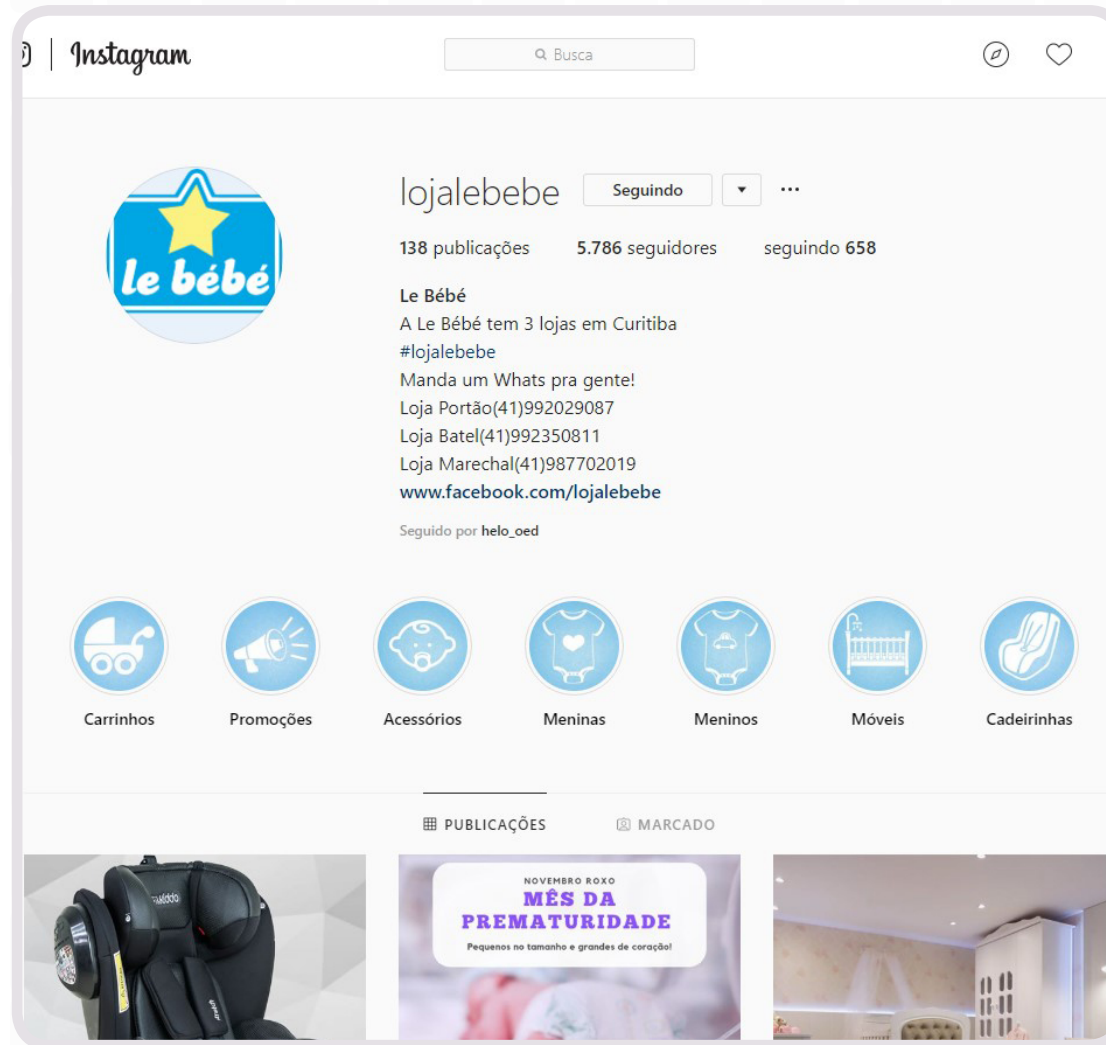
Facebook:

<https://www.facebook.com/lojalebebe>

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Le Bébé'. The page header includes the Facebook logo, the name 'Le Bébé', a search icon, and navigation links for 'Home', a group of people, a message icon, and a help icon. The profile picture is a blue star with the text 'le bébé' below it. The cover photo shows a yellow cabinet and a white crib in a nursery. Below the cover photo are buttons for 'Liked', 'Following', 'Share', and 'Call Now', along with a 'Send Message' button. The main content area features a post from 'Le Bébé' dated 6 hours ago, with the text: 'Você sabia? Novembro é o mês dos babys que nascem antes do previsto, lutam, vencem, superam cada obstáculo com muita força e vontade de viver, são seres tão pequenos e frágeis, que vieram para fazer a diferença!! O Dia 17 de novembro é o Dia Mundial de sensibilização ao Prematuro.' Below the text is a purple banner with the text 'NOVEMBRO ROXO MÊS DA PREMATURIDADE Pequenos no tamanho e grandes de coração!'. The right sidebar shows a 4.5 star rating based on 339 reviews, a 'Community' section with 'Invite your friends to like this Page' and '48,664 people like this', and an 'About' section with the phone number '04130399834', a response time of 'Typically replies within a day', and the website 'www.lebebe.com.br'.

Instagram:

<https://www.instagram.com/lojalebebe>





II. Identidade Visual

1. Sobre a Marca

O nome Le Bébé significa “o bebê” em francês e foi escolhido pelos proprietários da empresa para associar aos seus produtos.



O padrão de cores do logo também foi pensado previamente. O azul transmite sensação de confiança, o amarelo representa um bom negócio e o branco é uma cor neutra que transmite pureza e bondade.

Por fim, também existe a preferência por elementos com características arredondadas que transmitem suavidade e flexibilidade.

Elementos do Logo

Símbolo



A estrela é um elemento primordial de identificação da empresa.

Logotipo

le bébé

É a forma escrita de apresentar o nome da empresa.

Símbolos Adicionais



Símbolos que são uma marca secundária da empresa, podendo estar junto ao logo de inúmeras formas. São um berço, uma mamadeira e um carrinho de bebê, em quadrados azuis, e separados por dois quadrados amarelos vazios.

Estes são os elementos que compõem a marca. Eles não devem ser aplicados separados.

Pede-se muito cuidado na reprodução e aplicação desta marca.

2. Tipografia Institucional

É a família tipográfica padrão, de uso obrigatório nos textos e mensagens da empresa.

Candice

Fonte usada caso seja necessário reproduzir o logotipo *le bébé*. Para isso, deve-se utilizar a fonte em caixa baixa.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
! " # \$ % & ' () * + , - . / { | } ~
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
À Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ñ Ò Ó Ô Õ Ö × Ø Ù Ú Û Ü Ý
à á â ã ä å æ ç è é ê ë ì í î ï ð ñ ò ó ô õ ö ÷ ø ù ú û ü þ ÿ

[Faça download desta fonte clicando aqui.](#)

Lucida Sans – Regular

Fonte padrão utilizada no **corpo do texto** dos canais em geral. Exemplos:

- corpo de e-mails;
- “texto normal” de documentos corporativos como atas, normas e manuais;
- textos em parágrafos no site;
- textos em imagens promocionais nas redes sociais online.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
! “ # \$ % & ‘ () * + , - . / { | } ~
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
À Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ð Ñ Ò Ó Ô Õ Ö × Ø Ù Ú Û Ü Ý
à á â ã ä å æ ç è é ê ë ì í î ï ð ñ ò ó ô õ ö ÷ ø ù ú û ü ý þ ÿ

[Faça download desta fonte clicando aqui.](#)

Lucida Sans – Demibold Roman

É uma variação no peso da fonte anterior. Deve ser usada como **destaque do corpo do texto**, nos mesmos casos.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
! " # \$ % & ' () * + , - . / { | } ~
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
À Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ð Ñ Ò Ó Ô Õ Ö × Ø Ù Ú Û Ü Ý
à á â ã ä å æ ç è é ê ë ì í î ï ð ñ ò ó ô õ ö ÷ ø ù ú û ü ý þ ÿ

[Faça download desta fonte clicando aqui.](#)

Nunito – Black

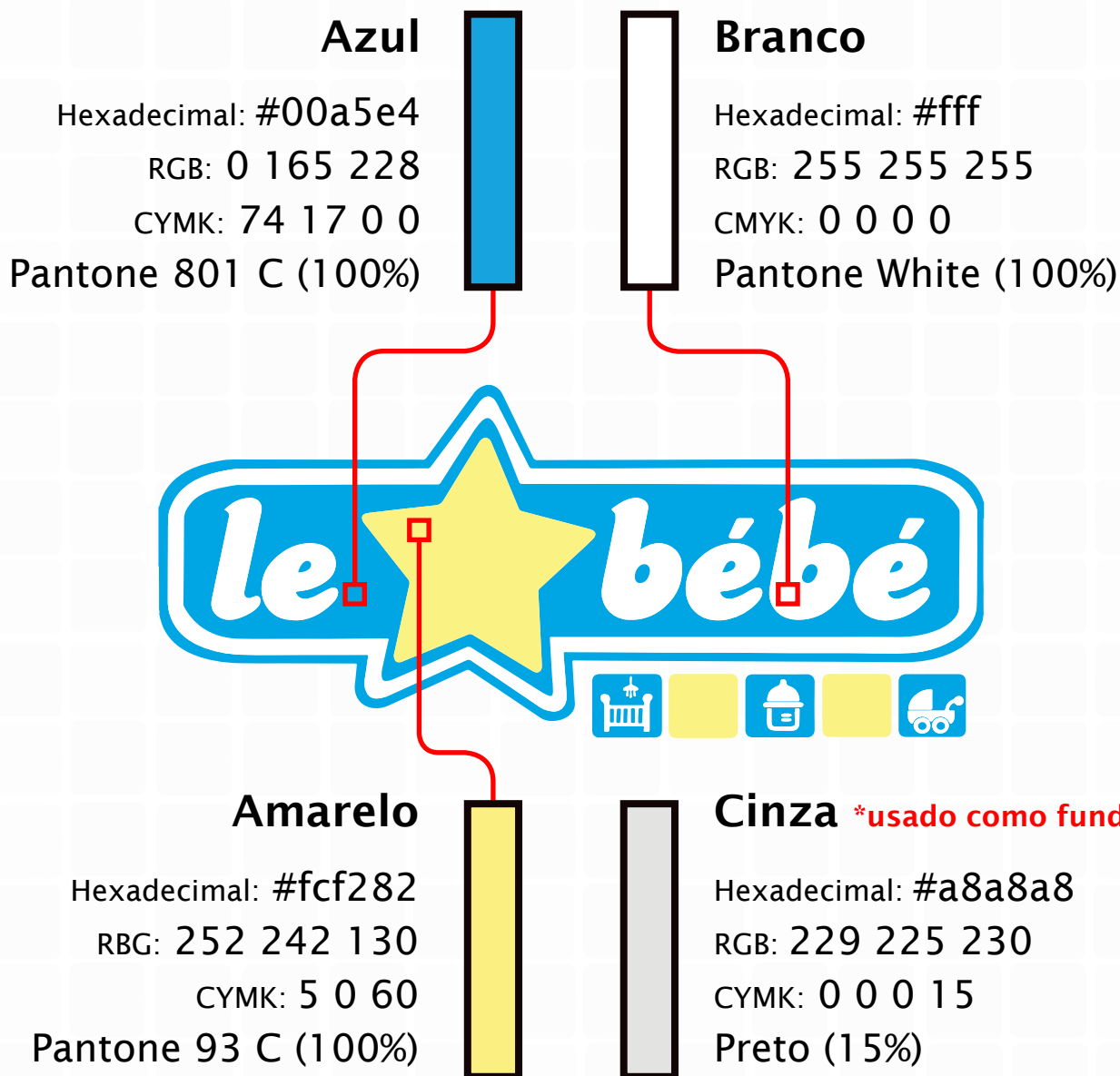
Fonte padrão de **títulos** ou **separação de seções** dos canais em geral. Exemplos:

- títulos numéricos de documentos corporativos como atas, normas e manuais;
- títulos de páginas no site;
- textos em imagens promocionais nas redes sociais online.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
! “ # \$ % & ‘ () * + , - . / { | } ~
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
À Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ð Ñ Ò Ó Ô Õ Ö × Ø Ù Ú Û Ü Ý
à á â ã ä å æ ç è é ê ë ì í î ï ð ñ ò ó ô õ ö ÷ ø ù ú û ü ý þ ÿ

[Faça download desta fonte clicando aqui.](#)

3. Padrão Cromático Institucional



4. Versões do Logo

Versão Primária



Esta é a principal versão do logo e é indicada para a maioria dos casos, não possui ícones na parte inferior, o que permite o uso em tamanhos menores. Exemplos:

- assinatura nas imagens de postagens em sites;
- assinatura de e-mails;
- etiquetas impressas.

Ver Área de Proteção na [página 23](#).

Ver Tamanho Mínimo na [página 25](#).

Versão Secundária



Versão com pequenos ícones. Indicada quando é possível usar o logo em tamanhos suficientemente grandes. Exemplos:

- fachada das lojas;
- logotipo do site.

Ver Área de Proteção na [página 23](#).

Ver Tamanho Mínimo na [página 25](#).



Indicada para se encaixar melhor em formatos quadrados ou mais verticalizados. Exemplos:

- imagens de perfil de sites;
- ícones de favorito em sites.

Ver Área de Proteção na [página 24](#).

Ver Tamanho Mínimo na [página 25](#).

5. Variações de Cor do Logo

Variações em Escala de Cinza

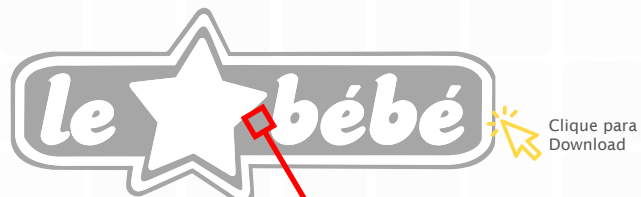
Preto e Branco



Branco e Transparente



Escala de Cinza - Positivo

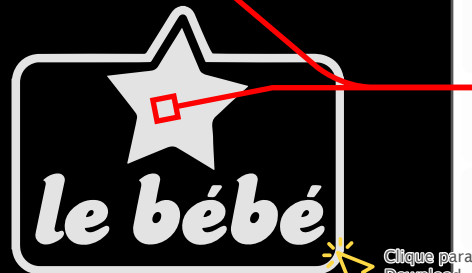
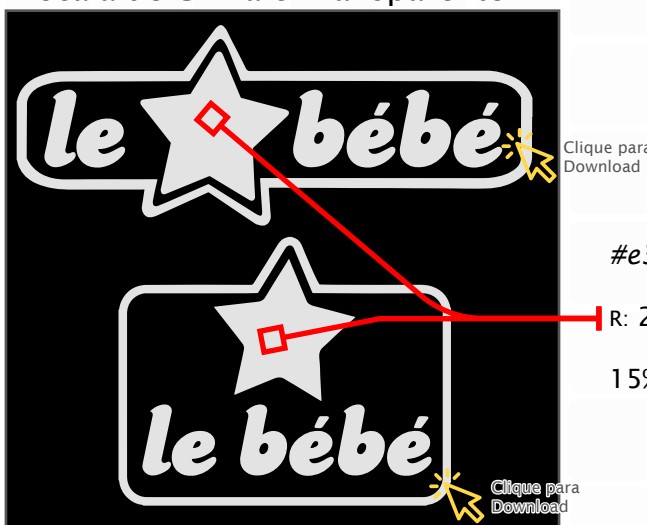


#a8a8a8

R: 168 - G: 168 - B: 168

45% de preto

Escala de Cinza e Transparente



#e3e3e3

R: 227 - G: 227 - B: 227

15% de preto

Variações Monocromáticas

Azul - Positivo



[Clique para Download](#)



[Clique para Download](#)

Amarelo - Positivo



[Clique para Download](#)



[Clique para Download](#)

Azul - Negativo



[Clique para Download](#)



[Clique para Download](#)

Amarelo - Negativo



[Clique para Download](#)



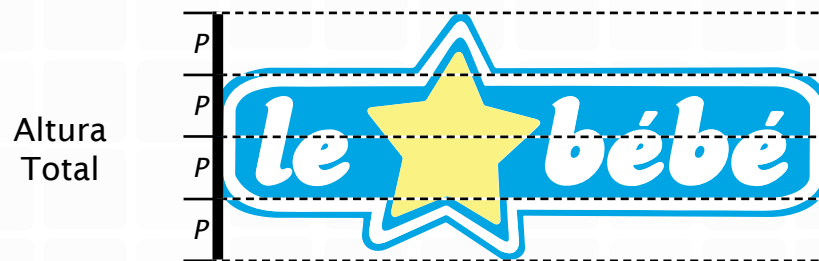
[Clique para Download](#)

6. Área de Proteção do Logo

É sempre necessário manter uma área em volta do logo sem interferências de textos, ilustrações, fotografias ou quaisquer elementos gráficos, com o intuito de garantir a melhor percepção do logo.

Versão Primária e Secundária

Nas versões primária e secundária, a área de proteção (P) é $\frac{1}{4}$ da altura total do logo, ou seja, basta medir a altura total e dividir por 4.

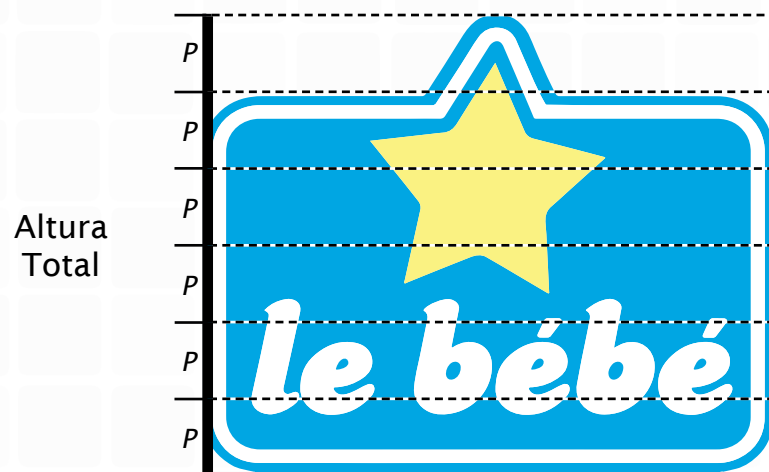


Altura total = $4P$



Versão Terciária

Devido a uma altura consideravelmente maior que as outras duas versões, a área de proteção (P) da versão terciária é $\frac{1}{6}$ da altura total do logo, ou seja, basta medir a altura total e dividir por 6.



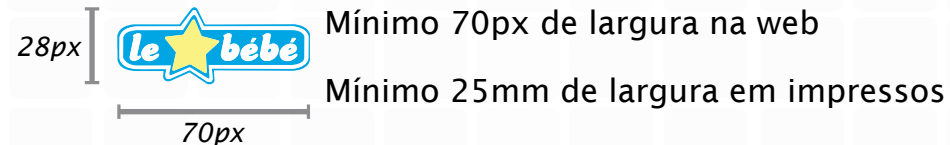
Altura total = $6P$



7. Tamanho Mínimo do Logo

Versão Primária

Proporção de aproximadamente 403:164



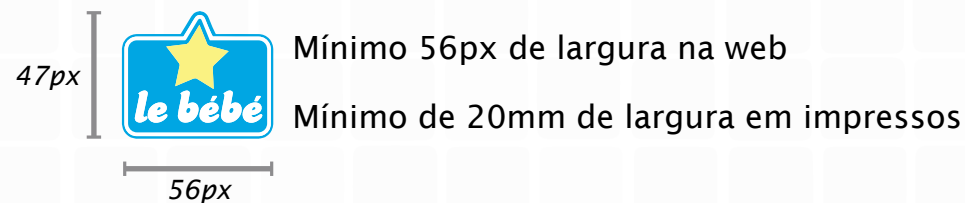
Versão Secundária

Proporção de aproximadamente 85:36



Versão Terciária

Proporção de aproximadamente 56:47



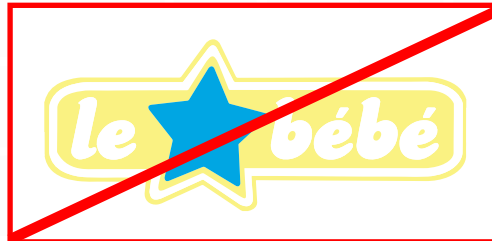
8. Uso Proibido do Logo

As formas abaixo **não** devem ser aplicadas em **quaisquer** circunstâncias.

Formas



Logo distorcido



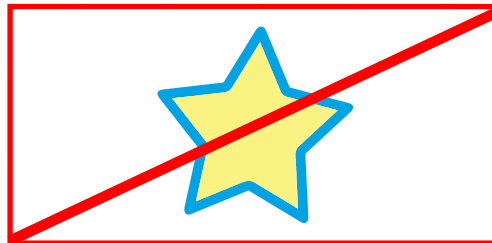
Posicionamento invertido das cores



Tipografia diferente da estabelecida



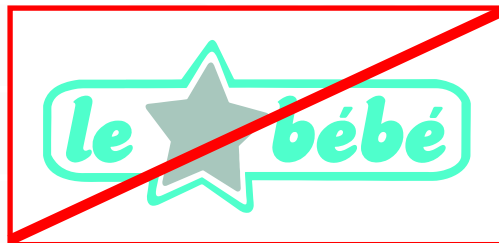
Logotipo sem a marca



Marca separada do logotipo



Uso de efeitos



Qualquer variação de cor diferente das apresentadas neste manual

Fundos

Fundos que devem ser evitados, para não gerar baixo contraste ou modificação de marca.



Azul da Le Bébé



Amarelo da Le Bébé



Vermelho



Magenta



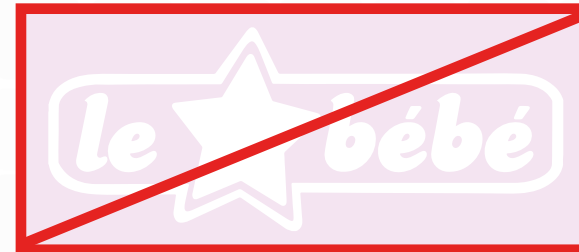
Imagem complexa



Tensão cromática modificadora de marca. Ver [página 64](#).



Baixo contraste negativo



Baixo contraste positivo

9. Cores de Fundo Sugeridas para o Logo

As seguintes cores de fundo facilitam um bom contraste com o logo.

Aplicações Positivas

Azul da Le Bébé Pastel



#e9f1fb

Amarelo da Le Bébé Pastel



#f6f7da

Escala de Cinza até 30%



#c6c6c6

Laranja



#d36613

Aplicações Negativas

Fundo Preto



#000

Tons Escuros em Geral



Escala de Cinza acima de 50%



#9c9c9c

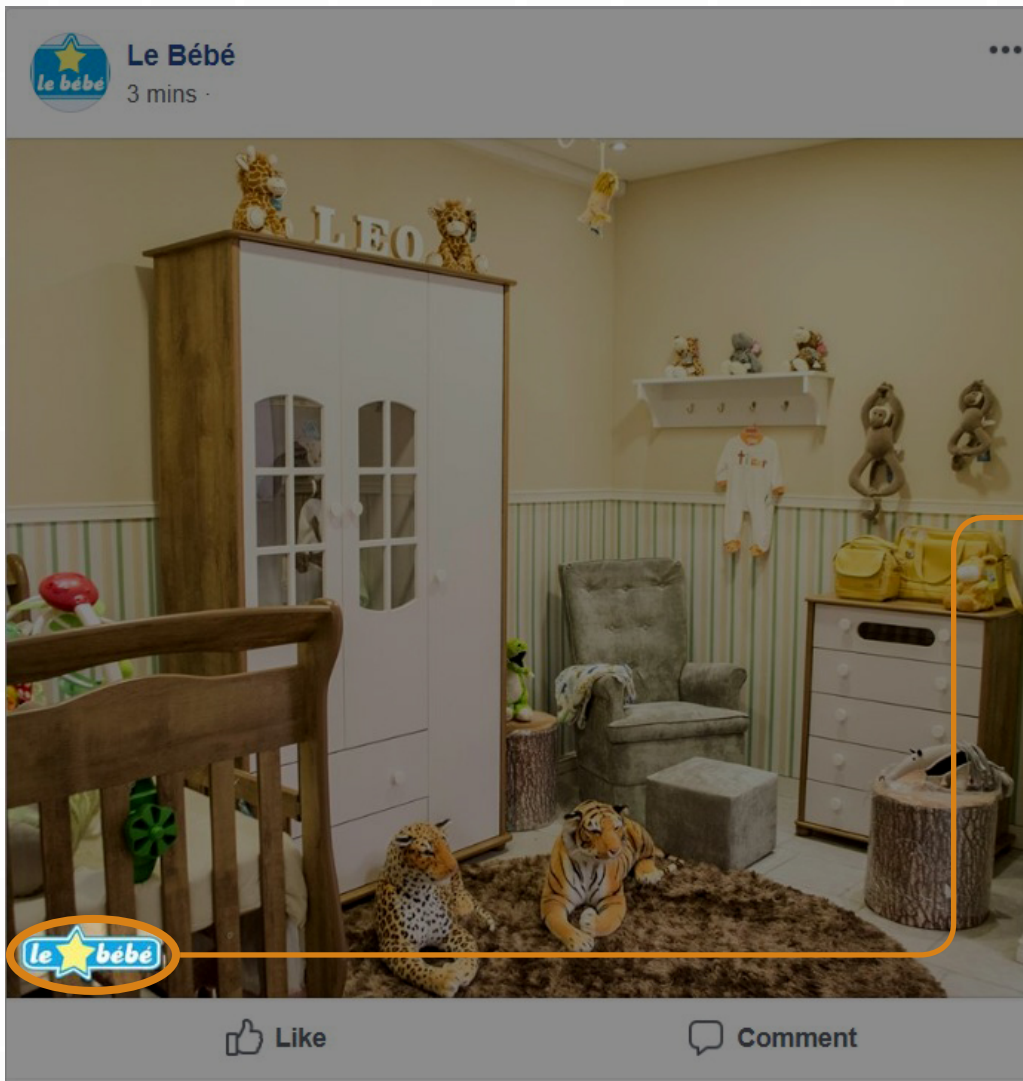
Ciano



#009ee3

10. Aplicações do Logo

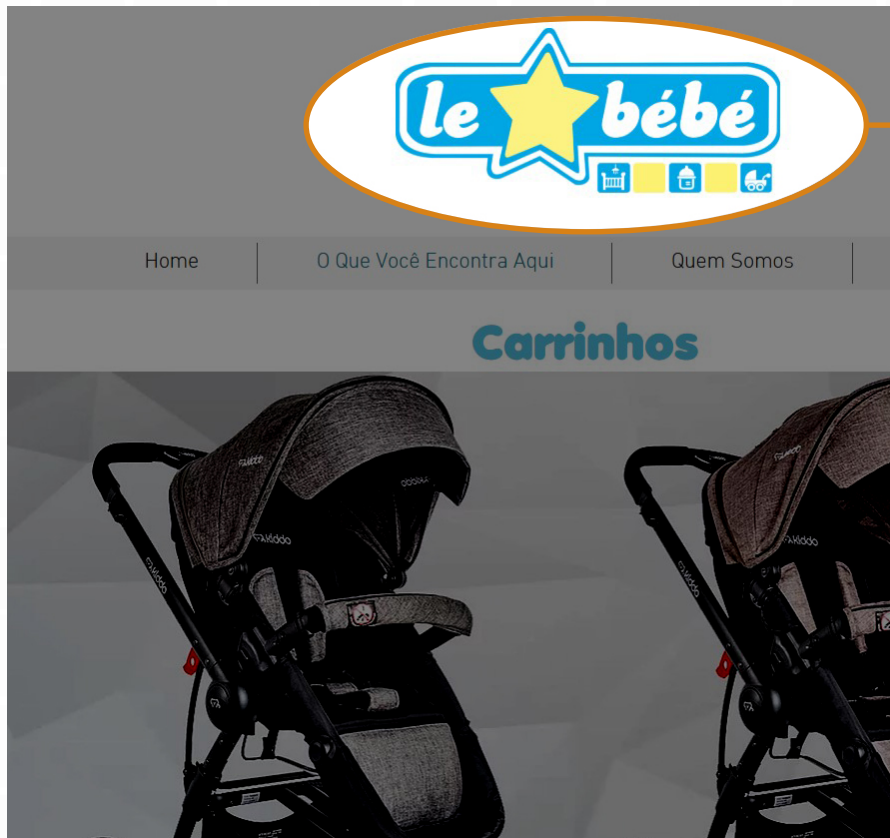
Assinatura em Imagens de Postagens nos Sites de Redes Sociais



O logo deve estar em um dos cantos da imagem. O seu tamanho e posição podem variar para que o logo fique com um fundo mais adequado.

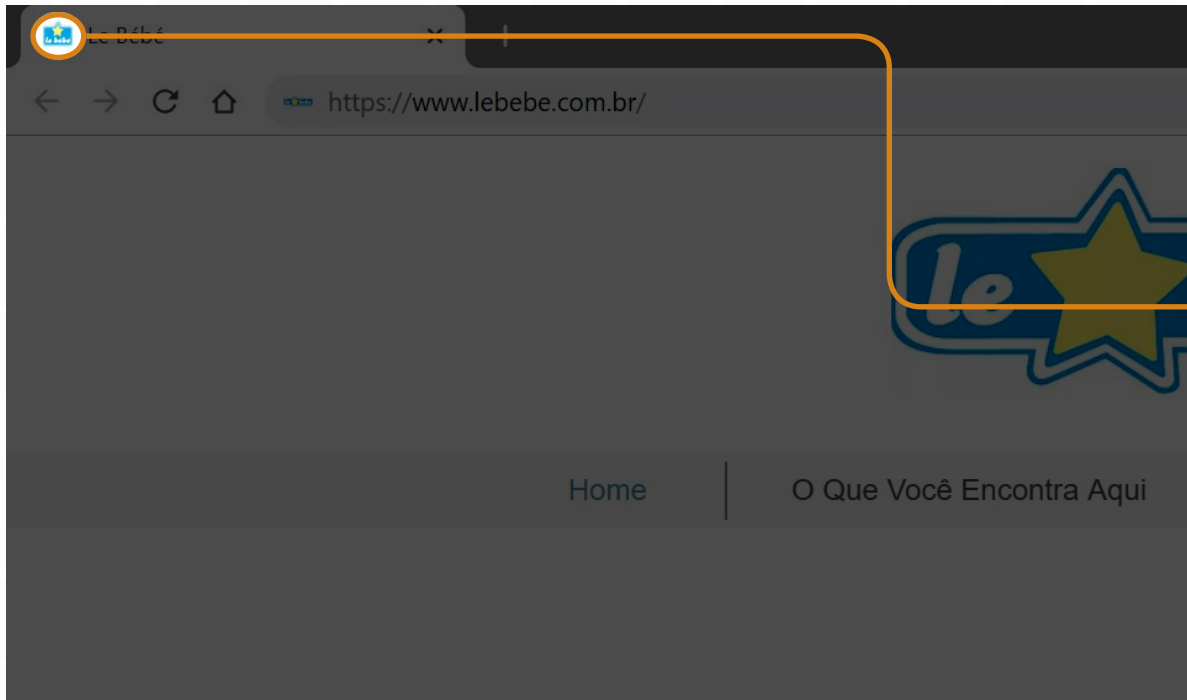
Para isso, deve-se usar a **versão primária**.

Logotipo do Site



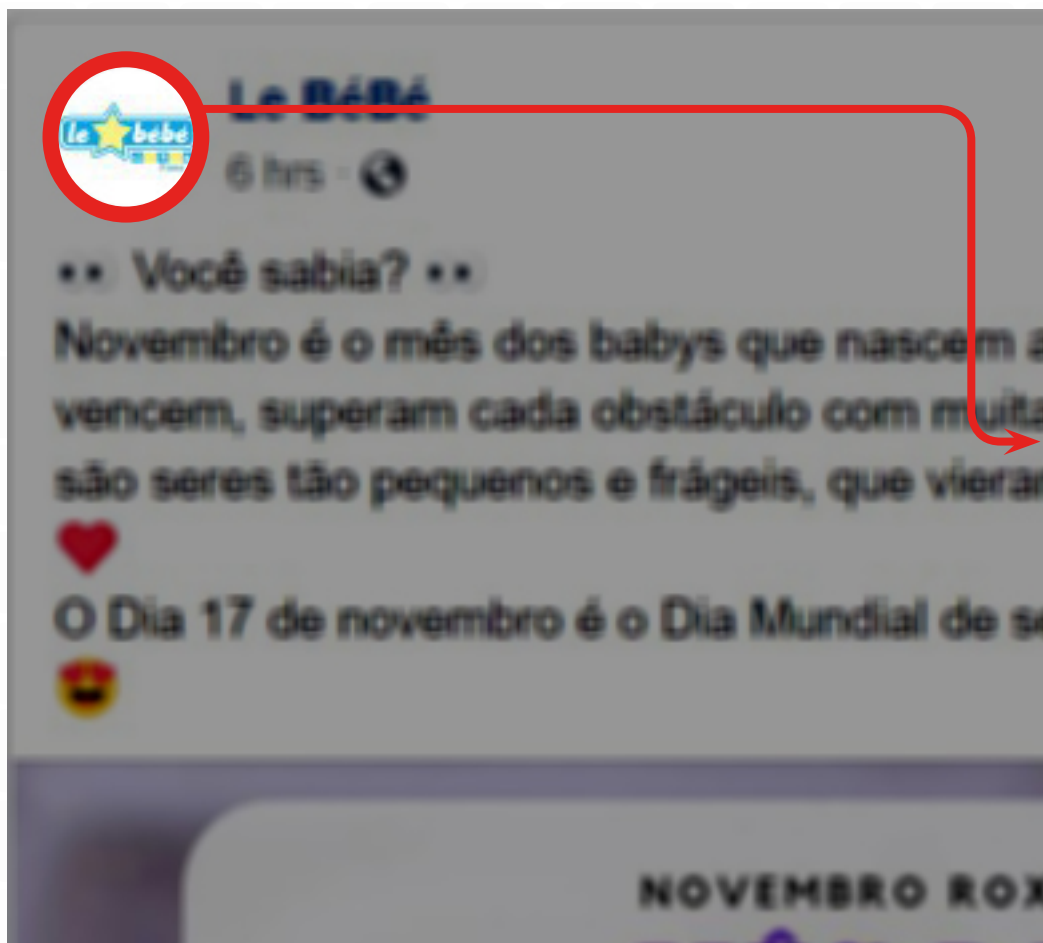
Neste caso é permitido usar a **versão secundária**, porque sites têm uma maior liberdade de tamanho.

Ícone de Favorito do Site



O ícone de favorito do site deve ser a **versão terciária**, pois se trata de um formato quadrado.

11. Exemplos de Aplicações Incorretas do Logo



Uso da **versão primária** ou **secundária** dentro de proporções quadradas.

O logo acaba ficando muito pequeno nessas proporções, prejudicando sua visibilidade.

O correto é usar a versão terciária.





Uso da **versão secundária** em tamanhos muito pequenos.

Os ícones na parte inferior podem ficar imperceptíveis.



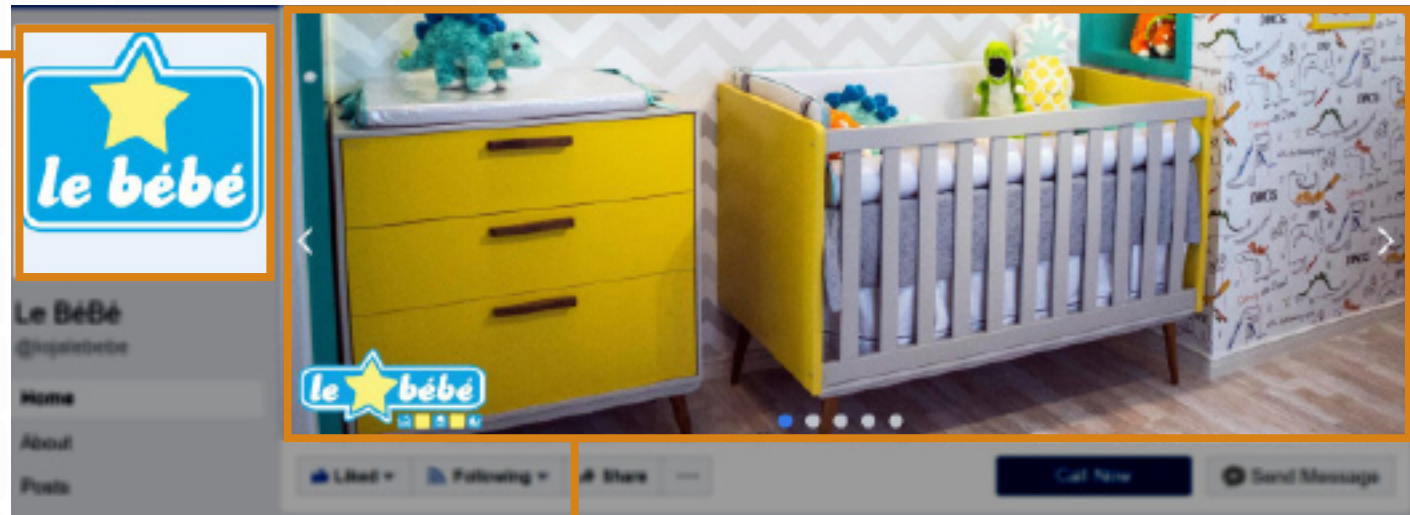
12. Facebook - Formatos

Foto de Perfil e Capa

Foto de Perfil

Quadrado 1:1

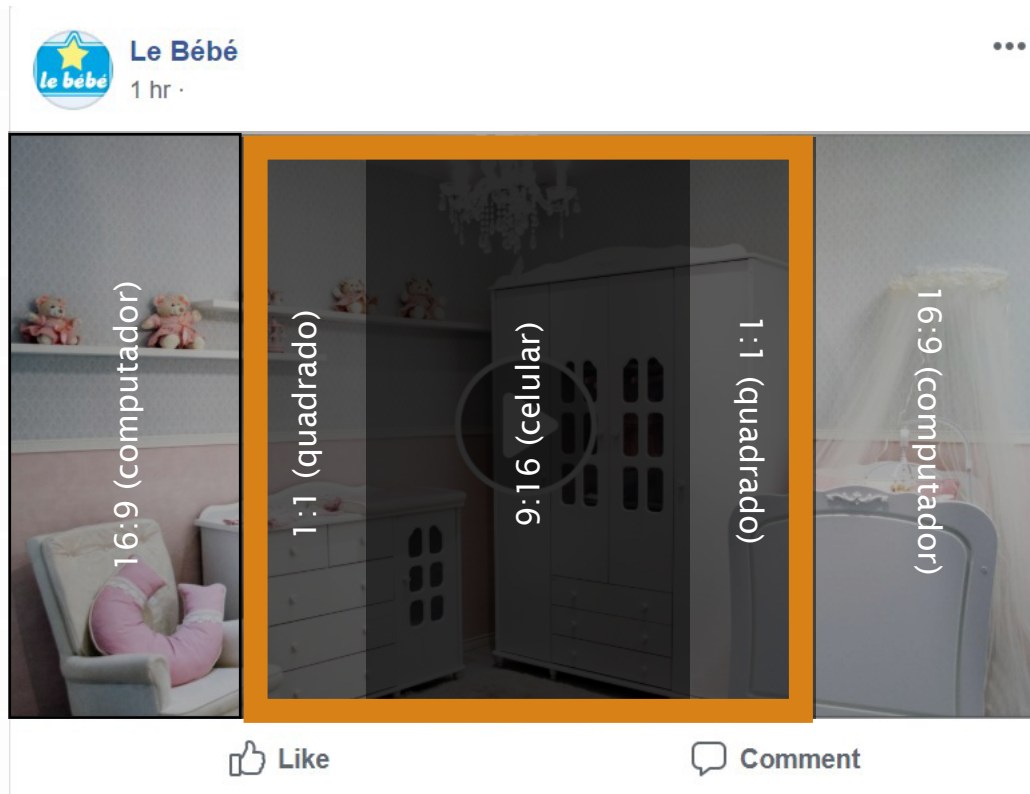
800px x 800px



Capa

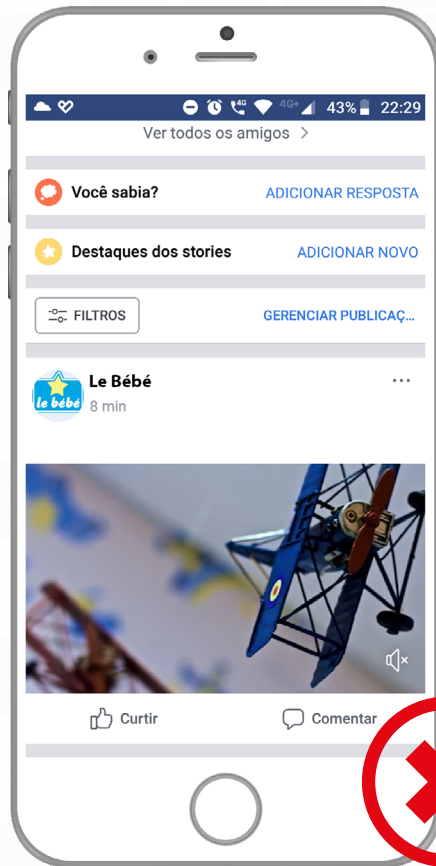
820px x 360px

Imagem e Vídeo

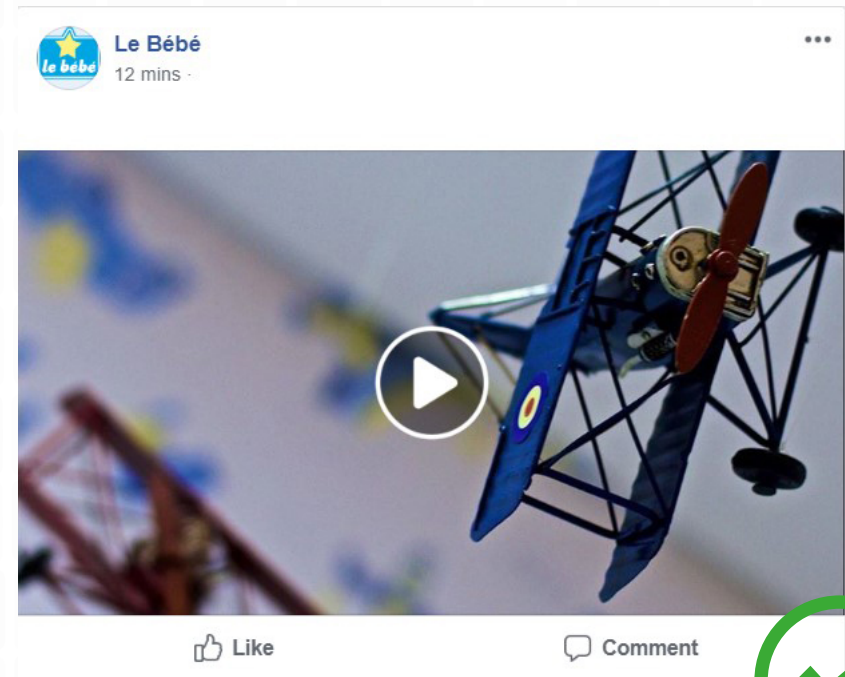


Preferencialmente, os vídeos e imagens devem estar no formato quadrado, pois se ajustam bem à plataforma.

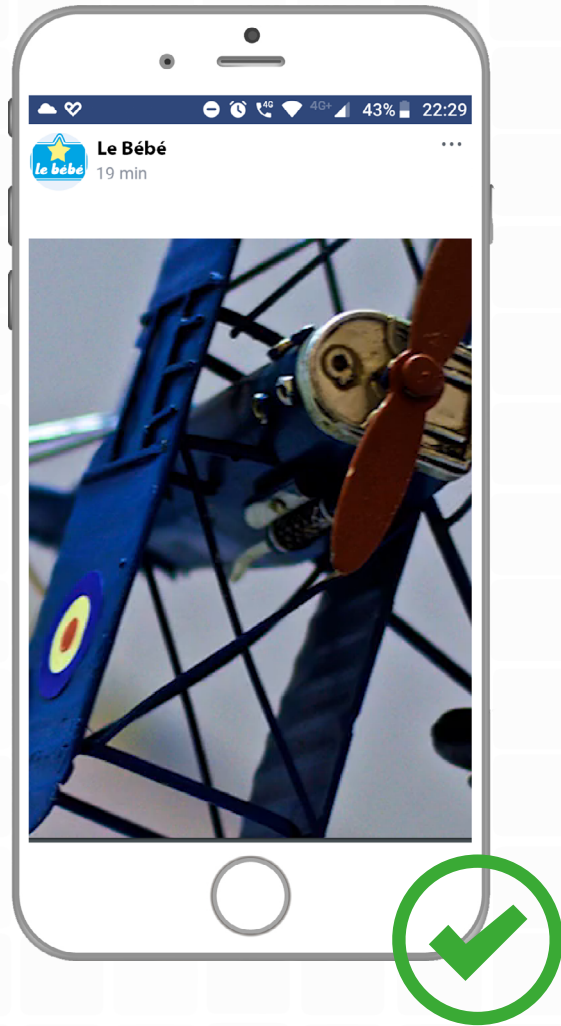
Tudo depende do dispositivo onde ocorrerá a reprodução. Celulares pedem pelo formato retrato e computadores, pelo formato paisagem. O formato quadrado se adequa relativamente bem a ambos.



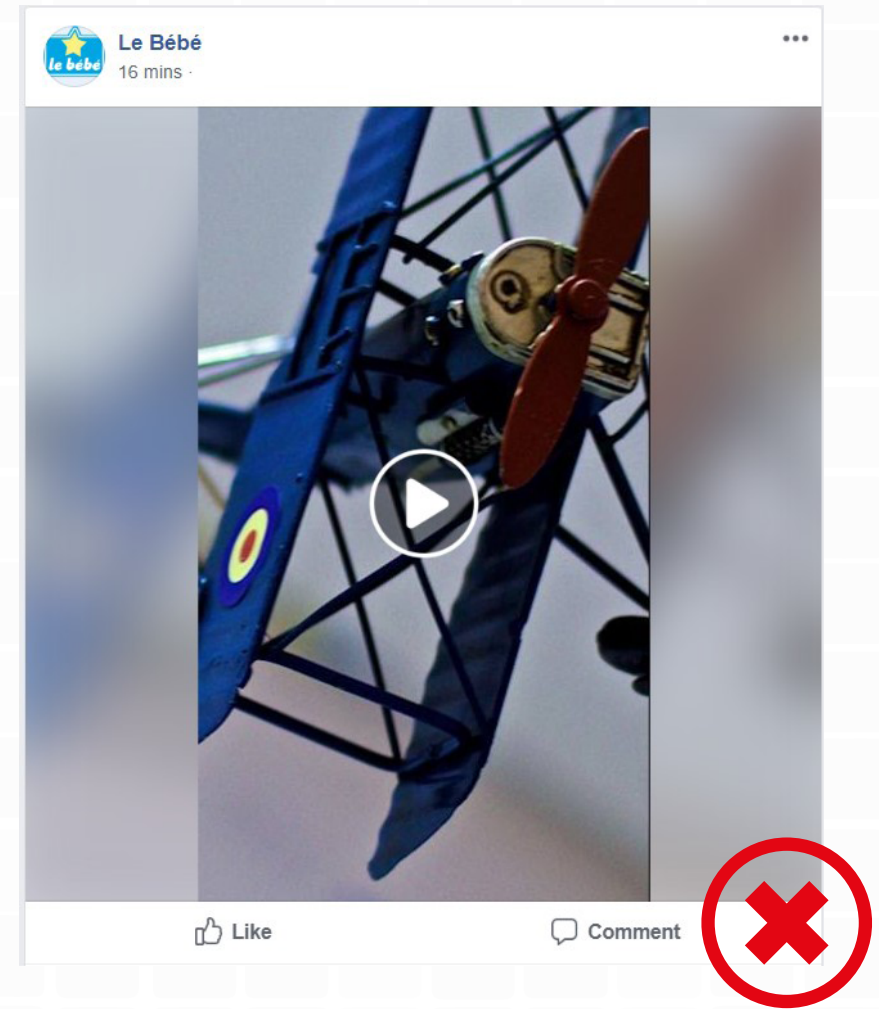
Paisagem



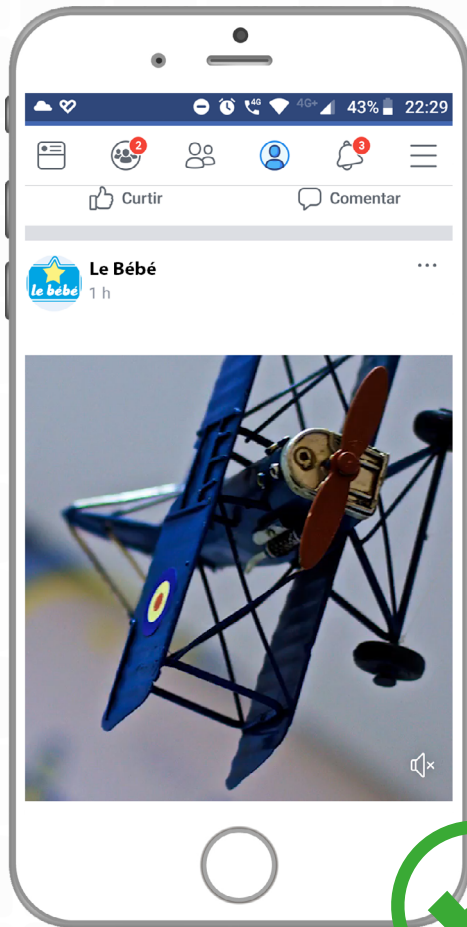
O formato **paisagem** se ajusta bem ao computador, podendo preencher a tela inteira, enquanto no celular é necessário que a orientação seja alterada, o que pode piorar a experiência do usuário.



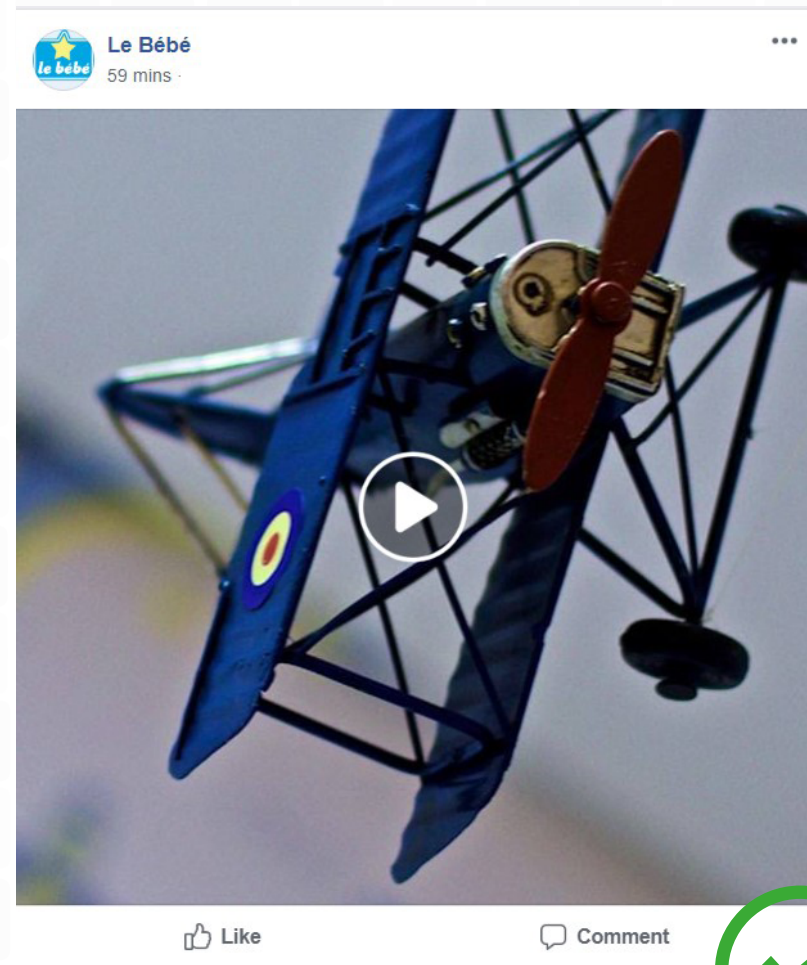
Retrato



O formato **retrato** se ajusta bem ao celular, podendo preencher a tela inteira, enquanto no computador acaba gerando grandes barras laterais desfocadas.



Quadrado



O formato **quadrado** acaba se ajustando bem aos dois dispositivos.

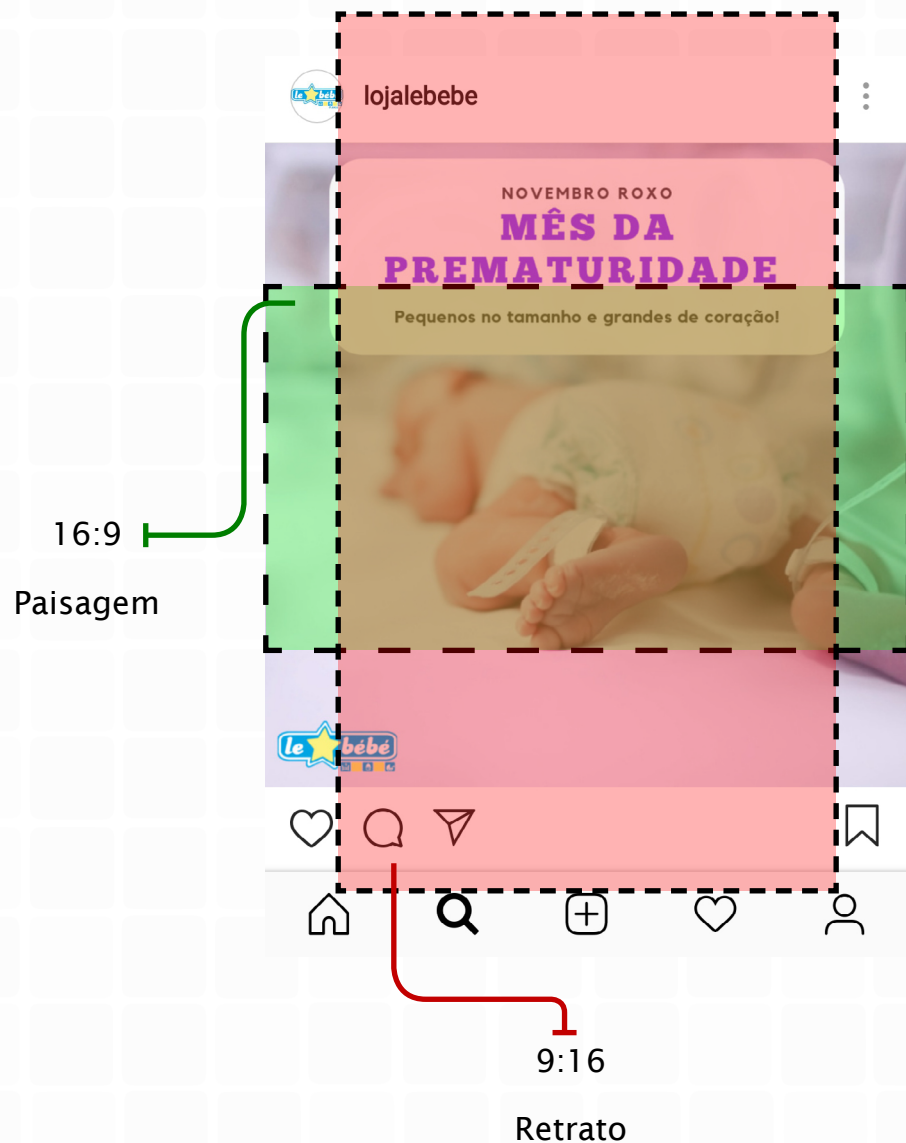
13. Instagram - Formatos

Foto de Perfil

Quadrado 1:1
800px x 800px



Imagem e Vídeo na Timeline



O formato padrão do Instagram é o quadrado, então quaisquer outros formatos poderão gerar cortes ou diminuição de tamanho, dependendo do dispositivo.

Deve-se considerar que, diferente do Facebook, o Instagram é mais popular nos celulares, portanto, o formato paisagem deve ser usado com muita cautela.

Também procure usar sempre vídeos e imagens com resolução média ou alta.

Stories



As proporções ideais das imagens dos stories são 9:16, isso pode depender do tipo de celular.

E obrigatoriamente estas imagens devem estar na orientação retrato, pois outros formatos irão gerar cortes e barras pretas nas bordas.

Assim como na Timeline, procure usar sempre vídeos e imagens com resolução média ou alta.



III. Boas Práticas nas Redes Sociais Online

1. Como orienta-se que os funcionários da Le Bébé se portem nas Redes Sociais Online

Ao administrar as páginas comerciais da Le Bébé, orienta-se que o funcionário da Le Bébé seja sempre cordial, buscando auxiliar os consumidores. Considerar as seguintes orientações:

- Tentar ser simples e claro, pois poucos usuários têm paciência para ler textos muito grandes ou cheio de termos técnicos.
- É essencial que se mantenha paciente. Reações ou comentários ofensivos de consumidores não podem ser motivos para se abalar. É necessário responder de maneira racional.
- Seja ético, evitando qualquer discrepância à Declaração Universal dos Direitos do Homem, como racismo, sexismo, censura, etc.
- Sempre aja de acordo com a lei, evitando problemas de direitos autorais, injúrias e ações que firam o Código de Defesa do Consumidor.

Estes pequenos detalhes fazem uma enorme diferença na visão do consumidor e constroem uma imagem de uma empresa correta e humana.

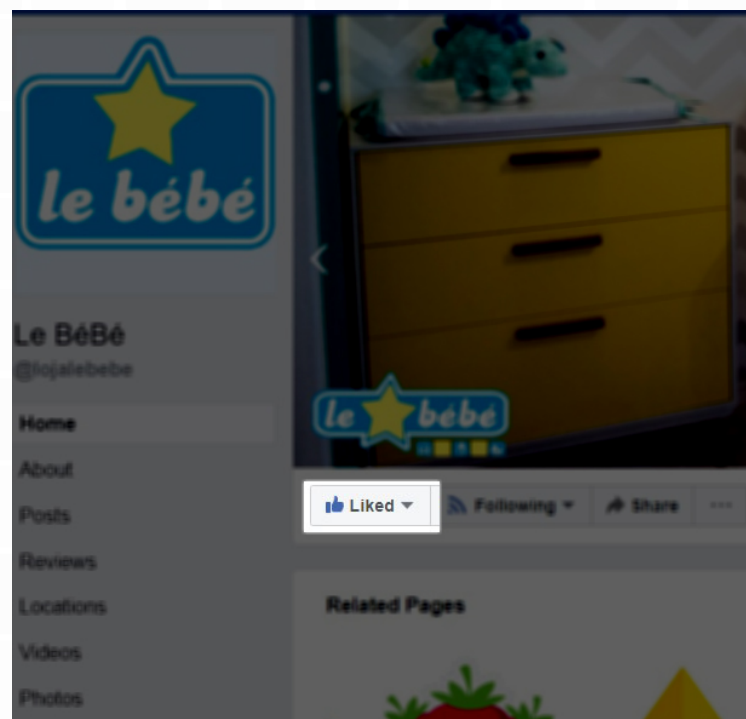
2. Diferença entre Perfil Pessoal e Página Comercial

Os principais sites de redes sociais, como Facebook, Instagram, LinkedIn, Google+ e inclusive o Whatsapp, diferenciam os perfis **personais** e de **marca**, sendo que estes últimos são adequados às empresas em geral.

É importante o conhecimento disto, pois existem configurações muito diferentes entre os dois.

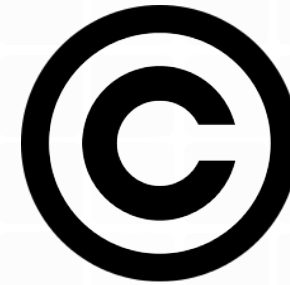
Um exemplo claro no Facebook é o fato de ser possível curtir apenas páginas de marca e não perfis pessoais.

A Le Bébé, atualmente, só possui páginas comerciais.



3. Direitos Autorais

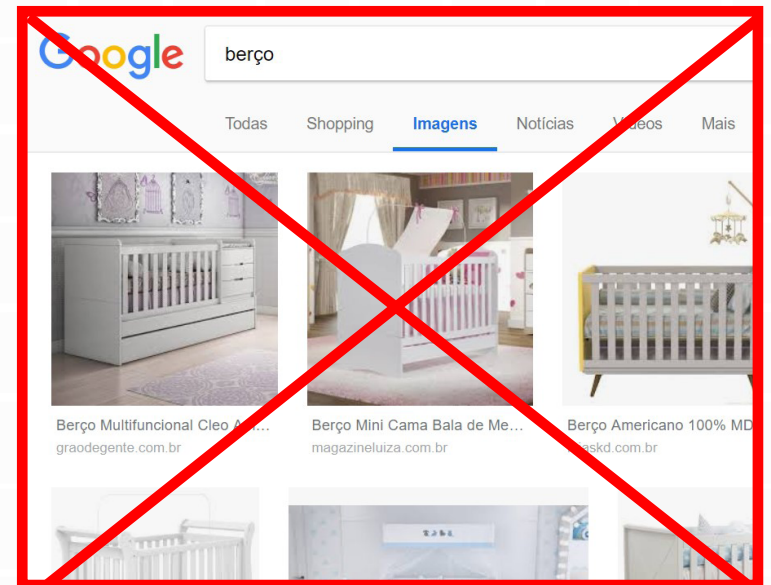
Não se deve reproduzir conteúdo de outras pessoas ou empresas sem permissão, pois isto pode ser avaliado como crimes de plágio, contrafação ou pirataria.



Símbolo de Direitos autorais

Exemplos de práticas de devem ser evitadas:

- Usar fotos provenientes do Google Imagens, pois geralmente elas possuem direitos autorais.
- Usar fotos de outras pessoas. A imagem da pessoa (corpo) também é protegida legalmente.
- Usar o logo de outras empresas sem a devida permissão.
- Copiar e colar textos e quaisquer outros materiais e publicá-los.



Banco de Imagens

Tenha preferência por utilizar imagens de autoria da empresa. Para isso, existe o banco de imagens, que possui diversas fotos dos nossos produtos.

Você pode acessá-lo [clikando aqui](#).



Também existem boas alternativas em sites como o Freepik, que usam a chamada licença **Creative Commons**, que permite que o conteúdo seja utilizado apenas inserindo os créditos do autor.

Freepik: br.freepik.com



Exemplo de cartaz com atribuição no rodapé

4. Sugestões ao Produzir Conteúdo

Ao fazer uma postagem, procure sempre fazer uso de imagens ou vídeos, pois apenas o texto, geralmente, é pouco chamativo.

É possível fazer uso da linguagem informal, abreviaturas e abreviações, desde que não ocorram erros gramaticais e a clareza não seja comprometida.

Postagens

- Para promover produtos que estão com poucas vendas.
- Sobre novidades, como inauguração de uma nova loja, lançamento de novos produtos ou promoções de redução de preços.
- Datas especiais, como Dias das Mães, Natal, Páscoa ou Black Friday.

Enquetes

Enquetes são um exemplo de interação com o usuário, o que gera mais engajamento à página. Um exemplo é perguntar: qual das roupinhas de urso é a mais bonita?



Listas

Postagens com um título assim: “Confira 17 dicas de cuidado para gestantes”, chamam bastante a atenção, o conteúdo normalmente se trata de uma lista de vários tópicos, mas cada um com parágrafos bem curtos.

Título com “Como fazer”

Postagens em que o título começa com “Como fazer”, ou variações disso, são muito compartilhadas, pois o conteúdo parece ser muito útil. Exemplo: “Como fazer com que o seu filho largue a chupeta”.

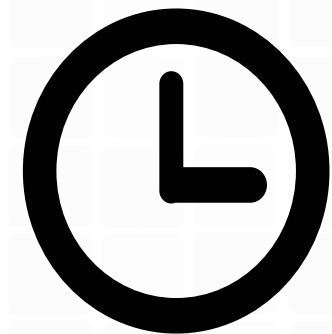
Títulos com um “Por Quê?”

Assim como as anteriores, postagens que se iniciam com “Por quê”, também são bastante compartilhadas. Exemplo: “Por que você deve se preocupar com os dentes do seu bebê?”.

5. Recomendações para o Uso do Facebook

Horário das Postagens

De acordo com as métricas da página, foi constatado que o horário ideal para as postagens no Instagram é das 19h às 20h.



Frequência das Postagens

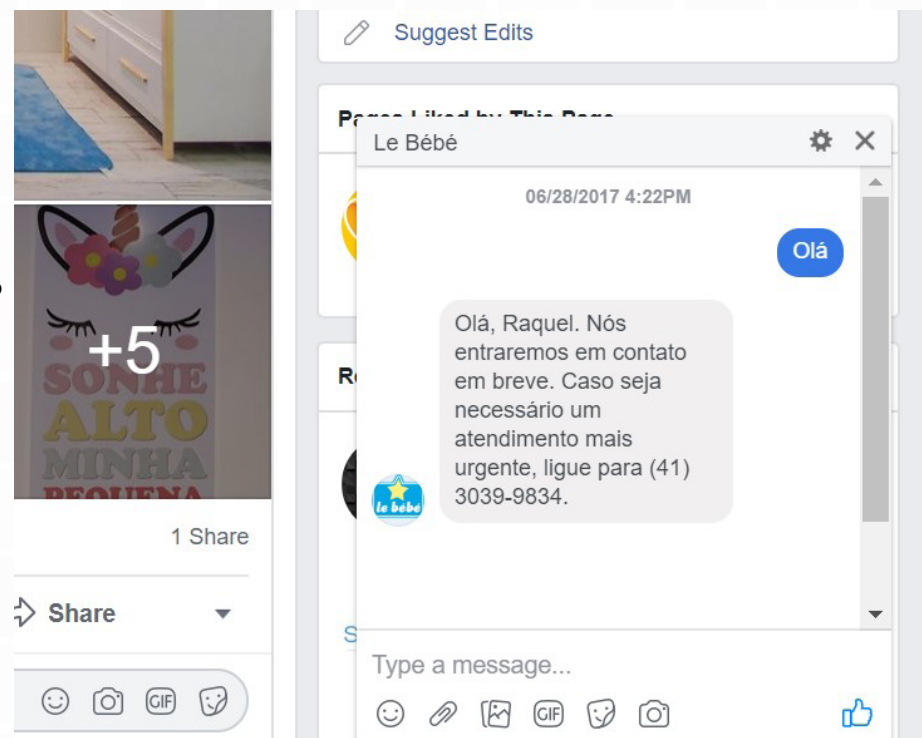
Deve sempre ocorrer uma postagem por dia no Facebook, mas em casos especiais, como promoções ou eventos, poderão ser feitas mais.

Respostas Automáticas

O Facebook permite que seja possível criar respostas automáticas, que são enviadas no momento em que o usuário envia uma mensagem no chat do Messenger para a página. Além disso, permite o uso de variáveis com o nome ou sobrenome da pessoa.

Sugere-se que a Le Bébé faça uso disso, dizendo sobre retorno de mensagem e indicando o número de telefone, caso seja necessário um atendimento mais rápido.

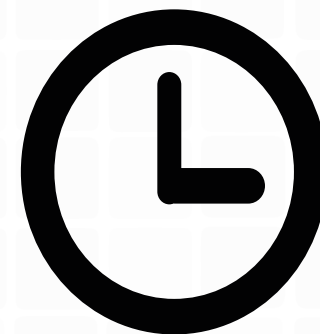
Exemplo: Olá, “*PrimeiroNome*”. Nós entraremos em contato em breve. Caso seja necessário um atendimento mais urgente, ligue para (41) 3039-9834.



6. Recomendações para o Uso do Instagram

Horário das Postagens

De acordo com as métricas do perfil, foi constatado que o horário ideal para as postagens no Instagram é das 18h às 19h.



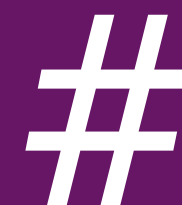
Uso das Hashtags

No final de uma publicação, procure inserir alguns termos específicos que representem o conteúdo postado, assim os usuários poderão encontrar a postagem com mais facilidade.

Por padrão, uma das hashtags deve ser **#lojalebebe**, para auxiliar a busca pela loja.

Não existe um limite de hashtags, mas procure evitar exageros, tente usar cerca de **seis** em cada postagem.

Entenda mais na “Hashtag” na [página 64](#).



Liteway Denim

lojalebebe • Seguindo

mais apertados dos percursos urbanos! 😊
Completo e funcional, é prático para você e confortável para o seu baby. O seu estilo inconfundível é ainda mais exclusivo na Edição Especial Denim, criada especialmente para as mães e crianças mais fashionistas! ❤️ O carrinho LiteWay Denim está por 💰 R\$899,90!! 💰.

#lojalebebe #carrinhodebebe
#bebeconforto #enxovaldebebe
#maedemenino #maedemenina
#lojadebebe

43 curtidas
25 DE OUTUBRO

Adicione um comentário...

Alguns exemplos de hashtags

IGTV

IGTV é uma ferramenta do Instagram, onde é possível apenas fazer uso de vídeos no formato retrato. Assim como o YouTube, ela é usada por vários produtores de conteúdo, porém seu uso é facilitado por ser própria para smartphones.

Estes vídeos podem ter uma duração de até 1 hora e o público pode curtir ou comentar normalmente. É recomendado para envio de vídeos mais longos que nos stories, mas menos refinados que no YouTube.

A Le Bébé ainda não faz uso da plataforma IGTV, algo que pode ser alterado no futuro.



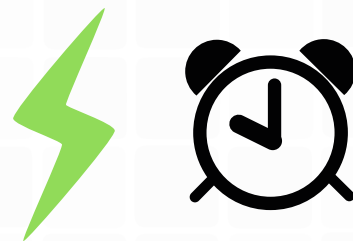
7. Respondendo Mensagens

Ao responder comentários, é necessário ter sempre cautela e paciência, pois este é um momento com alto risco de gafes, que poderiam prejudicar a imagem da empresa. Siga as seguintes recomendações:

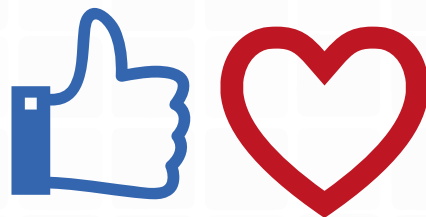
- Evite erros ortográficos, se atente à gramática.



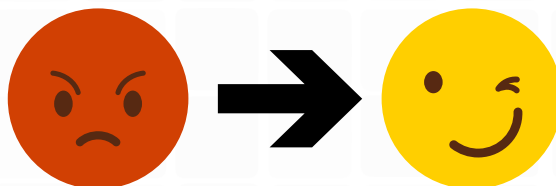
- Cuidado com ambiguidade no texto, isso pode gerar mal-entendidos.
- Responda com rapidez: uma mensagem não deve passar mais de 24 horas sem uma resposta, pois dessa forma, passa a sensação de que a empresa não se preocupa com seus clientes.



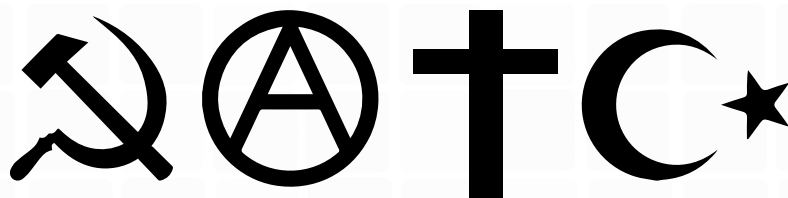
- Ao receber um comentário positivo, curta e agradeça!.



- Recebeu um comentário negativo? Não se irrite, seja gentil e entre em contato com o reclamante em mensagem privada.



- Cuidado ao usar CAIXA ALTA, pois isso dificulta a leitura, além do que o seu uso passa a impressão de GRITO ou ESTERIA.
- Evitar se envolver com temas polêmicos, como aqueles relacionados à política e religião, procure a neutralidade e moderação.
- Cuidado com o uso de símbolos associados com estes tipos de temas.





IV. Expediente

Conteúdo e Projeto Gráfico

Chayane Rodrigues Fagundes dos Reis

Filipe Magaldi da Silva

Heloisa Stüpp Oedmann

Suelen Cristina da Luz

Ícones projetados por Freepik - freepik.com

Manual de Identidade Visual e de Boas Práticas para as Redes Sociais Online

1ª edição - 2019



www.lebebe.com.br

LOJA PORTÃO

Av. República Argentina, 2777,
Curitiba

(41) 3039-9834

LOJA BATEL

Al. Dr. Carlos de Carvalho, 1612,
Curitiba

(41) 3092-8866

LOJA MARECHAL

Av. Marechal Floriano Peixoto, 5638,
Curitiba

(41) 3155-6008



V. Referências e Complementos

Identidade Visual

Como Criar Identidades Visuais Para Marcas de Sucesso - Gilberto Strunk

A Psicologia das Cores: Entendendo como as cores influenciam nossas vidas e nossas decisões - Guilherme Encinas

Boas Práticas nas Redes Sociais Online

<https://www.camilaporto.com.br> - Camila Porto

<https://www.facebook.com/help> - Central de Ajuda do Facebook

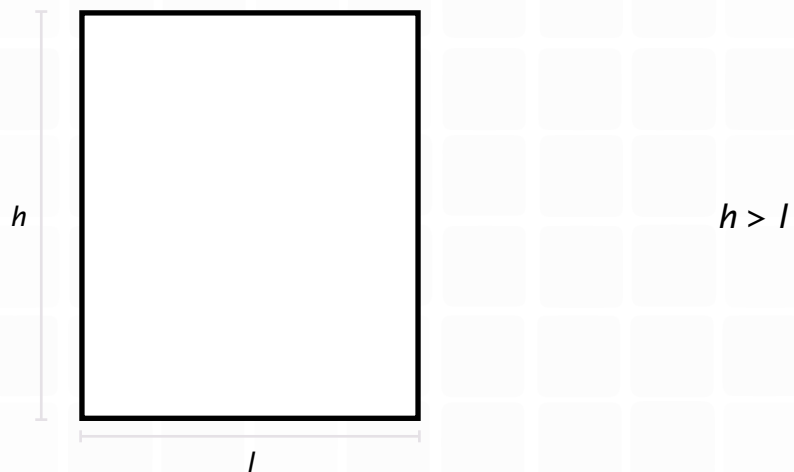
<https://help.instagram.com> - Central de Ajuda do Instagram



VI. Glossário

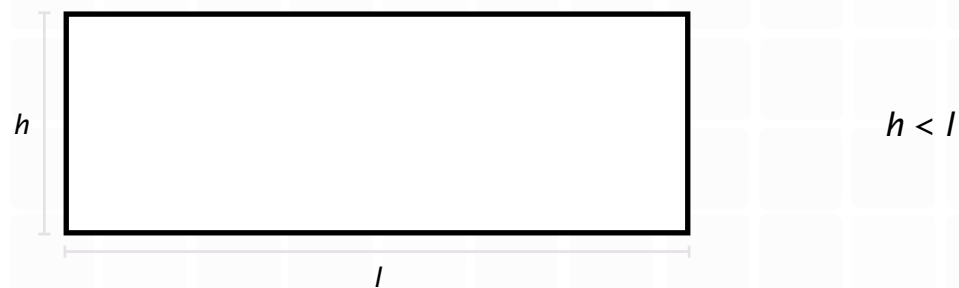
Retrato

Formato orientado na vertical. A altura é maior que a largura.



Paisagem

Formato orientado na horizontal. A largura é maior que a altura.



Modificação de Marca

Quando a imagem que a marca quer transmitir é alterada por elementos externos como o uso das cores verde e vermelho que, juntas, emitem Natal ou Reggae.

Caixa Baixa

Palavra ou texto escrito em letras minúsculas. Ex.: texto.

Caixa Alta

Palavra ou texto escrito em letras maiúsculas. Ex.: TEXTO.

Peso

Refere-se à variação da espessura das letras, geralmente Regular ou Bold.
Ex.: Regular **Bold**.

Hashtag

São palavras-chave inseridas nas publicações de redes sociais online, onde a busca é facilitada por conta delas. É basicamente o caractere cerquilha (#) seguido de algum termo.