



DOOCA  
COMMERCE

# Faça fotos que vendam mais

E-book completo para você  
produzir **fotos de alta qualidade**

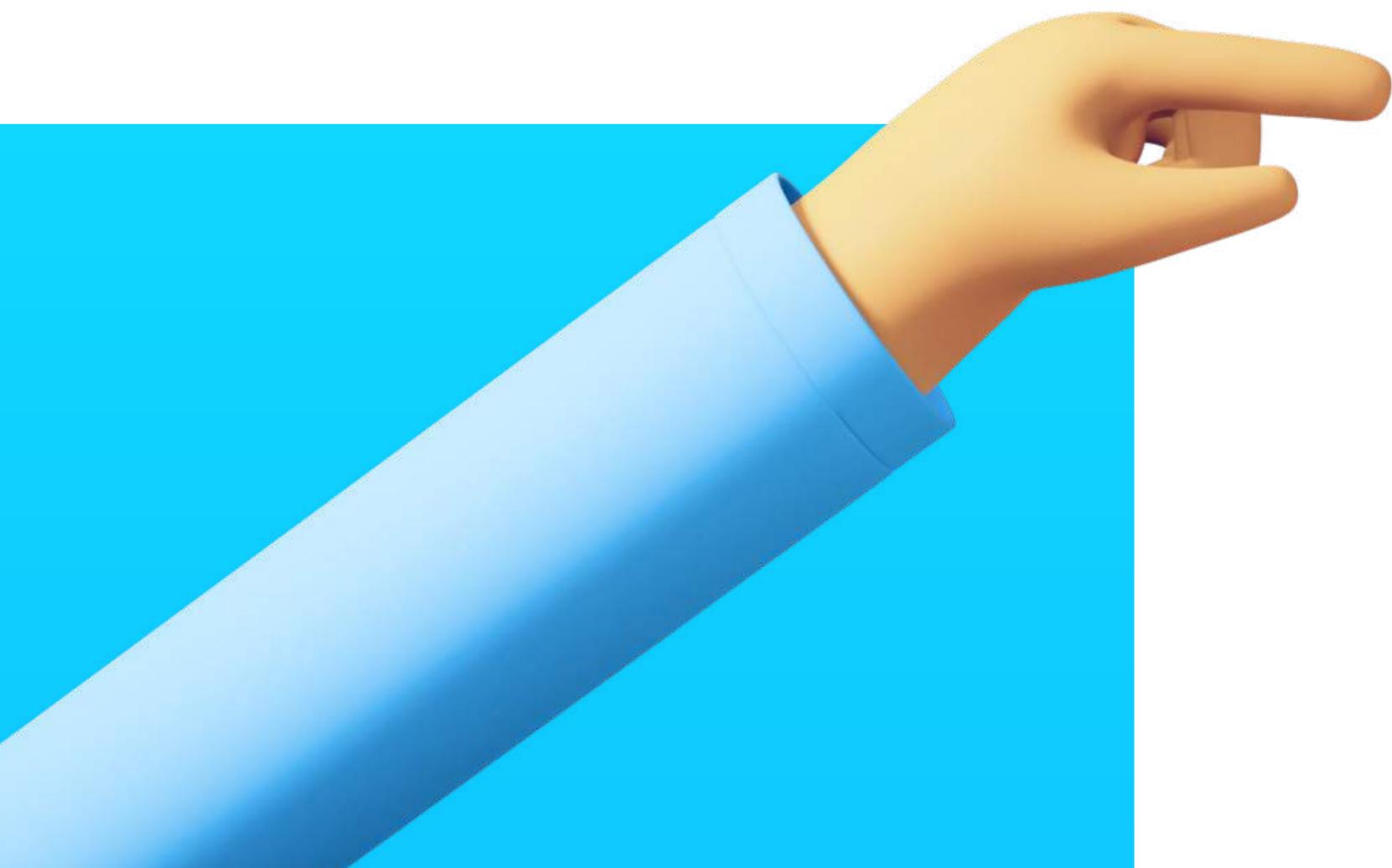


# Recomendamos a leitura na horizontal

Para melhorar a sua experiência com este e-book, recomendamos a leitura no computador ou com o celular na posição horizontal.



# O que você vai encontrar nesse e-book



04	<b>Uma Reflexão Inicial</b>
05	Economia local
06	Faça você mesmo
08	<b>Antes de Fotografar</b>
09	Organizando
09	Buscar referências
10	Entender a Luz
19	O Set de fotografia
23	Manter simples
24	Qual câmera usar
25	<b>Durante a Sessão</b>
26	Faça tudo de uma vez só
26	Marcações
27	Aprendizado na dor
27	Dar um Check
28	<b>Depois de Fotografar</b>
29	Siga o fluxo
30	O que é resolução?
31	O que é peso?
32	E a compressão?
33	Para não errar na hora do UPLOAD
35	<b>Conclusão</b>

# Uma reflexão inicial



E aí, já pensou em vender pela internet?

Então te liga, porque um monte de gente teve a mesma ideia!

Tá, então quer dizer que isto é ruim? Não é isso, bem pelo contrário! Mas com tanta oferta, você precisa encontrar uma forma de fazer a diferença, não é?

Bom, estamos falando de vender pela web, ou seja, onde cliente não tem contato direto com o produto a ser adquirido, logo, esta responsabilidade é transferida para toda a experiência dele em sua loja e outros pontos de contato, como as redes sociais, e sim, é uma experiência bem visual, quase sensorial.

**Então, o que podemos lhe dizer é: CAPRICHA!**

Capricha na escolha do tema de sua loja, nas fotos, no conceito, no propósito da marca e não se concentre apenas no produto que estás vendendo, mas sim no "PORQUÊ" vendê-lo, sacou?

Existe uma tendência muito forte sobre esta ideia, e em boa parte das vezes, as pessoas não compram o que você fez, mas compram porque foi você quem fez.

**Percebeu a diferença?**

Assim, em poucas linhas, não parece, mas está tudo interligado e ter estes pontos bem claros vai impactar diretamente na comunicação do seu business e, falando em comunicação, bora falar das suas fotos? Elas comunicam MUITO, sabia? Então, bora!

Aqui é apenas um começo, sem a pretensão de terminar o assunto...

E lembre-se, não é um curso de fotografia, mas um norte, quase como uma conversa amiga!

## Economia local

Um dos primeiros pontos a se considerar é: será que tem que ser feito por você? Já parou para pensar no custo da sua hora?

Será que a sua mão de obra não é mais importante fazendo a gestão, atraindo mais business, cuidando de parcerias, sociedades ou o posicionamento nas redes sociais?

Enfim, é um questionamento pertinente, e não nos cabe aqui responder por você, mas sim te lembrar de levar em consideração.

Ao contratar um profissional local, além de ajudar a economia a girar, você ganha em qualidade e estética das imagens e investe seu tempo em outras coisas, pois é fundamental estar atento para, além de se manter no jogo, antecipar os movimentos e mudar o game, exatamente como o percebido com os business que já estavam articulados no digital e que arrancaram na frente com a pandemia, ao contrário de quem teve que se adaptar às pressas ao novo normal.

## Faça você mesmo (a)

Mas, se este não for o caso e você quer ter o controle das imagens em suas mãos e, mesmo se compreendendo os conceitos acima você perceber que o olhar deve ser seu, então bora! Let's do it!

Os benefícios de fazer você mesmo/a são o timing e o seu know-how sobre os produtos.

Sim, nada melhor do que ter as imagens na mesma hora em que foram tiradas e o conhecimento e propriedade sobre o que está sendo fotografado, que, por sinal, é seu. Ah, mas e o investimento?

Aparentemente é mais barato, mas lembre-se do custo de sua hora. Na verdade você está investindo tanto quando contrata alguém, como quando é você quem faz.

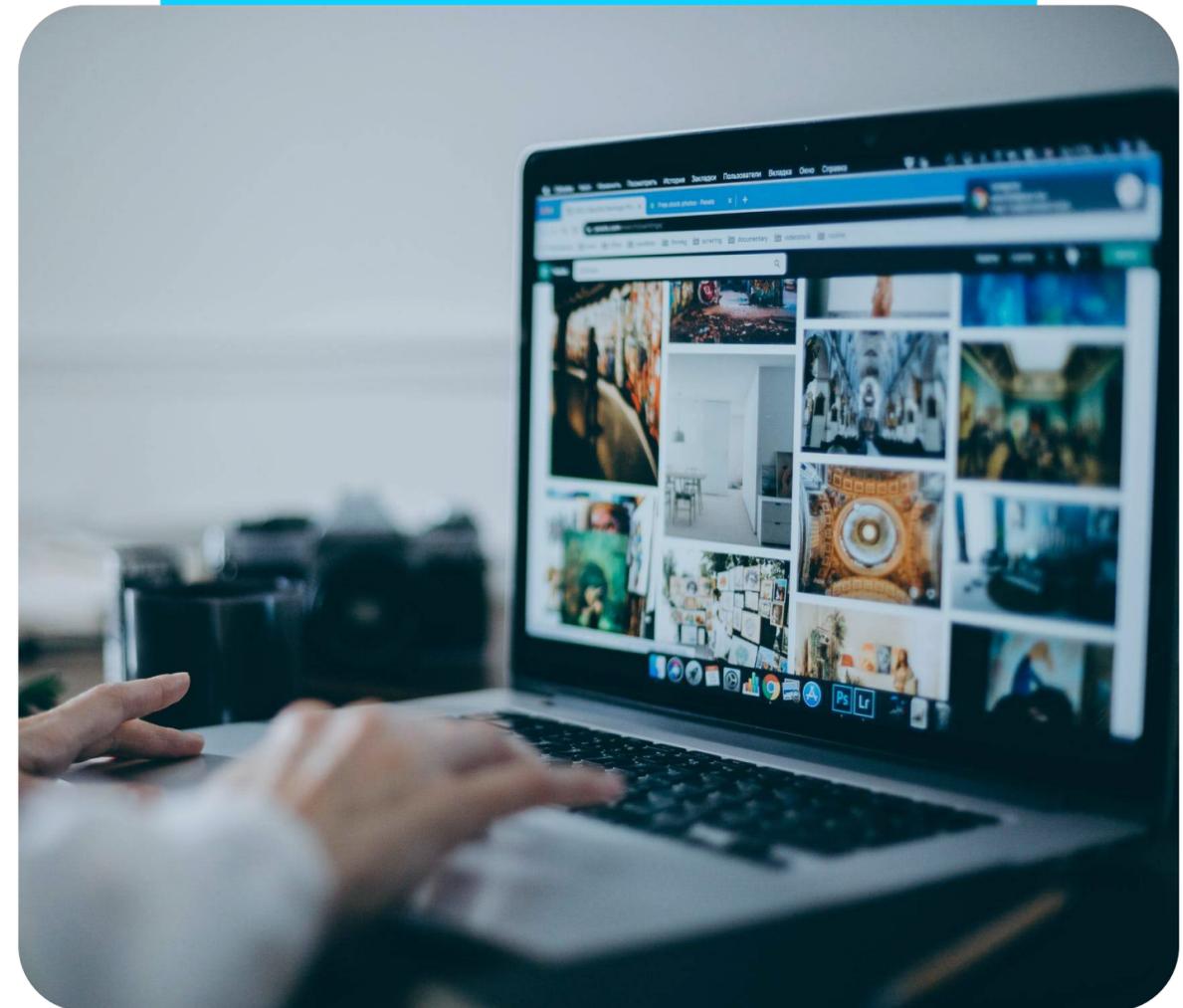
E, apenas para constar:

O processo fotográfico parece mais simples do que realmente é.

Por isso, antes de mergulhar neste mundo, reserve um bom tempo para tal e estruture um fluxo, pois é muito provável que logo logo você vai colocar alguém de sua equipe para executar esta tarefa.

## Outra ideia

Talvez os primeiros jobs possam ser executados por um profissional e, a partir da experiência que você ganhar nestas sessões, pode arriscar as próximas sozinho/a.



Antes de  
fotografiar



## Organizando

Planejamento.

Sim, merece uma linha inteira só pra ele.

Planejar é fundamental, e por mais que esse processo demore um pouco no início, deixa tudo mais fluido depois.

Planejar e organizar os fluxos evita o retrabalho, alinha as ideias, ativa a criatividade e, com uma ferramenta tão poderosa em mãos como a DOOCA, é importante saber aproveitar bem a sessão de fotos para além de cadastrar os produtos, criar hotspots, banners, fichas técnicas, entre outras tantas funcionalidades da plataforma.



## Buscar referências

Copiar um trabalho é plágio. Conectar novas ideias é pesquisa

Você não precisa reinventar a roda. O que tinha para ser fotografado neste mundo já foi fotografado. Cabe a você achar a melhor referência pensando no seu público alvo e ajustar para a sua visão.

Saiba que criatividade não é inventar coisas, mas sim interligá-las, usando sua sabedoria para ganhar tempo, praticidade e estilo.

Ah, não se esqueça: tudo está conectado, então, busque comunicar os propósitos da sua marca também através das imagens!





## Entender a luz: forma da luz

De uma forma bem básica, como dissemos, e sem a pretensão de generalizar, vamos qualificar a luz através de um exemplo prático.

### **Pense no sol.**

Quando o dia está claro, com o sol a pino, você está na rua e olha para a sua sombra. Como ela é? Bem marcada, definida? E se uma nuvem tapar o sol?

Bem, o dia continua iluminado, mas a sua sombra já não será tão definida e pode, inclusive, desaparecer, correto?

Então, este é o conceito de modelar a luz. Sim, você acabou de aprender! Viu como é bom ler e como tem conteúdo de qualidade na internet?

Bem, nestes dois exemplos que demos, a luz vinha da mesma fonte: o sol. O que os diferenciou é que, em um dos casos a luz era pura e direta, e noutro havia um modelador: a nuvem.

O que mudou foi a forma da luz, e para tais formas, são dados os nomes de:

Luz dura: sol

Luz difusa: sol sob nuvens

De um modo geral, as fotos são feitas, ou melhor, ficam mais apresentáveis, quando são obtidas com o uso da luz difusa. A luz dura também tem suas utilidades e efeitos, que se escolhidos na hora certa, ficam incríveis, mais até do que a luz difusa, inclusive.

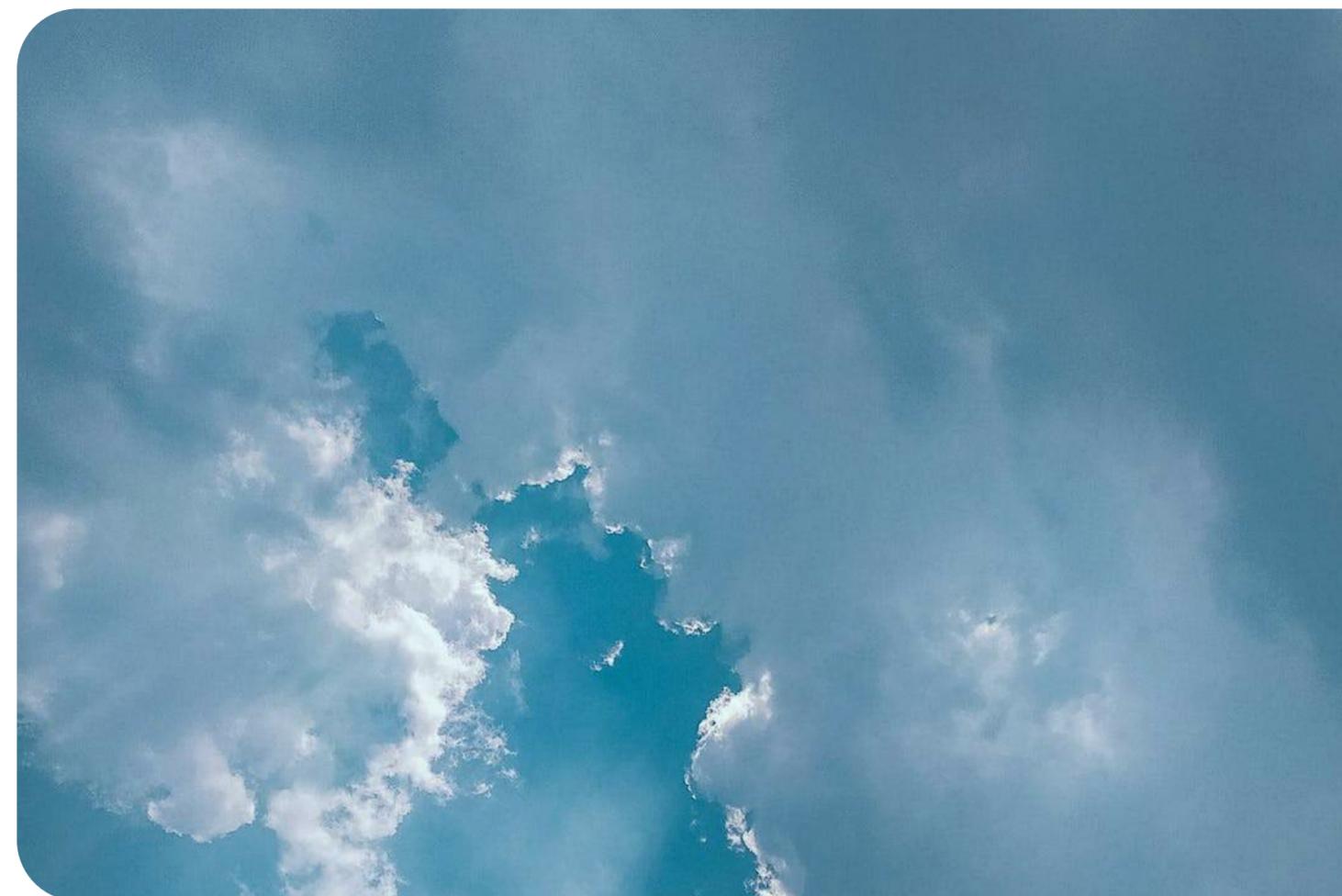
Mas como fazer uma luz dura e suave na prática?

Primeiro, vamos escolher um objeto para servir de modelo, qualquer coisa. Uma lata de nescau, uma xícara, um porta objetos, não importa.

Agora, entre em algum ambiente e apague a luz do mesmo, deixando-o escuro. Pegue seu celular e ligue a lanterna. Direcione a luz para o objeto e observe a sombra, vai ser bem marcada (dura) né?

Agora pegue um guardanapo, desdobre-o, para ficar bem fininho, e coloque entre o produto e a lanterna.

Sim, fica mais fraco, pois parte da luz se perde neste obstáculo, mas ao mesmo tempo, olhe a sombra/efeito no produto! Você acaba de criar uma luz difusa. Demais né?



Maneje o seu celular em diferentes posições, com e sem o guardanapo. Experimente também distanciar o guardanapo da lanterna, aproximando e distanciando-o do produto.

Agora olhe só para o guardanapo e vais perceber que afastar ele da lanterna não altera a intensidade de luz, mas sim o tamanho do feixe de luz no guardanapo.

Tá, mas o que aprendemos com isso?

- Sim, profissionais da imagem são meio lunáticos e conseguem ver coisas hehehe - mas brincadeiras a parte, você acaba de aprender que, quanto maior o difusor (guardanapo/ nuvem) mais suave fica o efeito da luz, desde que a mesma aproveite a área útil deste difusor.

E o que isto tem a ver com as fotos que você vai fazer?

Calma, tudo será revelado ao seu tempo, mas garantimos que guardanapos, nuvens e sol terão outro significado para você a partir de agora.





## Entender a luz: direção da luz

Lembra daquele pintor barroco, Rembrandt?

Vixi, lá vem aquelas ideias lunáticas de quem trabalha com imagem. Verdade, mas o fato é que ele inspira boa parte da iluminação que é feita hoje em dia.

Ele costumava posar seus retratados próximos às janelas.

Este esquema de luz, inclusive, é batizado de luz Rembrandt. Não quando se usa uma janela, mas quando se repete a mesma direção da luz, sacou?

"Faz uma luz Rembrandt ai!!!" - um profissional da imagem vai estar gritando quando quiser que a mesma venha lateralmente a um ângulo de 45 graus, mais ou menos, em relação ao retratado e a ele mesmo.

Agora o negócio tá ficando meio confuso, né?

Bem, mas se ele conseguiu lá nos idos de 1600 você não vai ter dificuldade nenhuma para conseguir agora.

## Vamos para a prática?

Entre em um espaço/sala que possua uma janela e repita para você mesmo: "Eu não estou pirando, eu não estou pirando, não estou pirannndo... Estou apenas aprendendo algo novo que vou poder aproveitar em muitos outros momentos". Boa! Agora **desligue a luz** da mesma e deixe a **janela aberta** para a luz de fora entrar.

## Próximo passo

Posicione-se com a janela atrás de você, e experimente fotografar alguém à sua frente. Isso, você está certo, com a janela nas suas costas.

O nome desta luz (direção dela) é conhecida como “luz borboleta” ou “luz de moda”. Funciona para quase tudo. Basta a fonte de luz mais forte estar atrás ou mesmo ângulo que você em relação ao assunto fotografado e que esteja um pouco mais alta que o nível da câmera, por isto o nome borboleta.

Se você reparar as narinas da pessoa que estiver posando nestas condições de luz vai notar uma pequena sombra abaixo delas, que lembra uma borboleta.

Tá, ok, a pessoa que deu este nome deve ter usado algum tipo de substância, mas enfim, é o nome da luz (hehe) e agora você não vai mais esquecer.

## Outros ângulos

Agora, comece a mover-se no entorno do assunto fotografado, vai reparar que a luz vai mudando, criando novos efeitos.

Quando a luz estiver a 45 graus em relação a você e o assunto, esta será uma Rembrandt, quando o ângulo for 90 graus será a luz de perfil, e finalmente, em 135 graus, sempre em relação a você e o assunto fotografado e a luz, será a luz de recorte.

Então, quando você for fotografar alguma coisa, basta encarar a sua fonte de luz como se fosse uma janela e escolher a posição da mesma.

Rembrandt, Borboleta, perfil ou recorte. Cada uma vai dar um resultado diferente e você que vai escolher a melhor para a intenção que tiver na hora.

**Bora ver um exemplo de cada?**

# Borboleta ou luz de moda

Cenário:



Resultado:



# Rembrandt

Cenário:



Resultado:



# Perfil

Cenário:



Resultado:



# Recorte

Cenário:



Resultado:





## O SET de fotografia

Antes de falar do set, permita-nos falar de outro ponto: o recorte das imagens.

Vemos muitos de nossos clientes fotografando seu produto em fundos neutros para depois recortar com a ajuda de softwares como o photoshop, por exemplo.

Bem, não temos nada contra este tipo manipulação nas imagens, entretanto, cabe nos dizer duas coisas baseadas no seguinte questionamento:

**Recortar ou não recortar? Eis a questão.**

## 1. É um processo bem minucioso, técnico, demorado e caro

Existem formas automatizadas de se fazer o recorte, mas cá entre nós, nunca fica tão bom quanto deveria e podemos garantir que você vai apenas gastar tempo tentando poupá-lo e depois vai ter que recortar pelo método tradicional para ajustar e deixar de acordo. Quem avisa amigo é! Portanto, pense bem antes de decidir fazê-lo. Ah, o recorte muitas vezes ainda pode causar uma sensação de que os produtos ficam flutuando na loja, sem uma margem que delimite onde começa e termina a imagem. Sua vitrine fica meio bagunçada, sabe? Tipo, meio assimétrica.

O recorte também tira a sombra natural do produto, logo, produtos sem sombra ficam um pouco artificiais, afinal, onde se tem luz, se tem sombra! Outra coisa, o recorte provavelmente não agregará valor ao seu produto, então opte pelo menor trabalho/agilidade.

Ah, e é claro que existem certos fluxos que incluem catálogos impressos, manuais e fichas técnicas que talvez requeiram o recorte. Mas, novamente: a bola está com você! Só trouxemos o assunto para a luz do debate, tá bem?

## 2. Lembra do propósito?

Quando falamos em fotografia, estamos falando de uma forma de comunicação, então, pense no recado que você quer dar com suas imagens. Você pode usar fundos com cores diferentes a cada coleção, utilizar elementos decorativos, cenas externas, paredes e locações. Tudo isto ajuda a montar o conceito, o propósito da loja e passa uma ideia de lifestyle. Lembra daquele lance que falamos de que “o posicionamento/conceito de sua loja também vende?” Pois é, é disto que estamos falando. E o melhor: não precisa recortar, a foto já vem pronta. Ah, e outra coisa muito legal também é que o tratamento de imagem fica mais fácil, em muitos casos, desnecessário!

Aliás, você já reparou que muitas pessoas valorizam a naturalidade das imagens? Poros, espinhas, dobras, sombras, enfim, gente como a gente, produtos de verdade.

Te liga, é uma TREND!!

É como se fosse um processo de empatia: o cliente se sente incluído e representado no discurso! Sacou?

Então, finalmente voltando para o SET de fotografia - e não, a ideia não é enrolar, mas sim contextualizar, dar informações e lhe proporcionar autonomia para que tome suas decisões.

Para dar um ar de fotografia de estúdio aos seus produtos pequenos e com fundo neutro, você vai precisar:

**Cartolina** (pode ser branca/cinza ou na cor do seu conceito/coleção)

**Uma mesa pequena** (para evitar a dor nas costas)

**Dois softbox's** com iluminação de led e tripés (vão fazer as vezes do guardanapo, só que de uma forma bem mais prática)

**Fita crepe** (ainda não sabemos para o quê, mas ela é fundamental para um monte de enjambres, gambiarras e soluções criativas)

Veja nesta imagem como ficaria este kit montado e ao lado também uma das imagens captadas nele.



Se seus produtos vão mais na linha do lifestyle, pensando naquele lance do propósito e se você quer fotos que comunicam mais, pode usar o SET acima acrescido do seu toque da produção.

Agora, se os produtos são maiores, como vestuário, móveis, etc, aí não vai rolar, pois o SET será pequeno e neste caso você vai ter que pensar em locações, paredes e cenários.

Cuidado apenas com o nível da produção para não vender o produto errado, e falando nisso, é muito comum você anunciar apenas a calça, no entanto, o look inteiro pode ter ficado tão bom que o cliente tenha vontade de comprar todo ele!

Então fica a dica, pode ser uma ótima oportunidade para aumentar o Ticket médio :)



## Manter simples

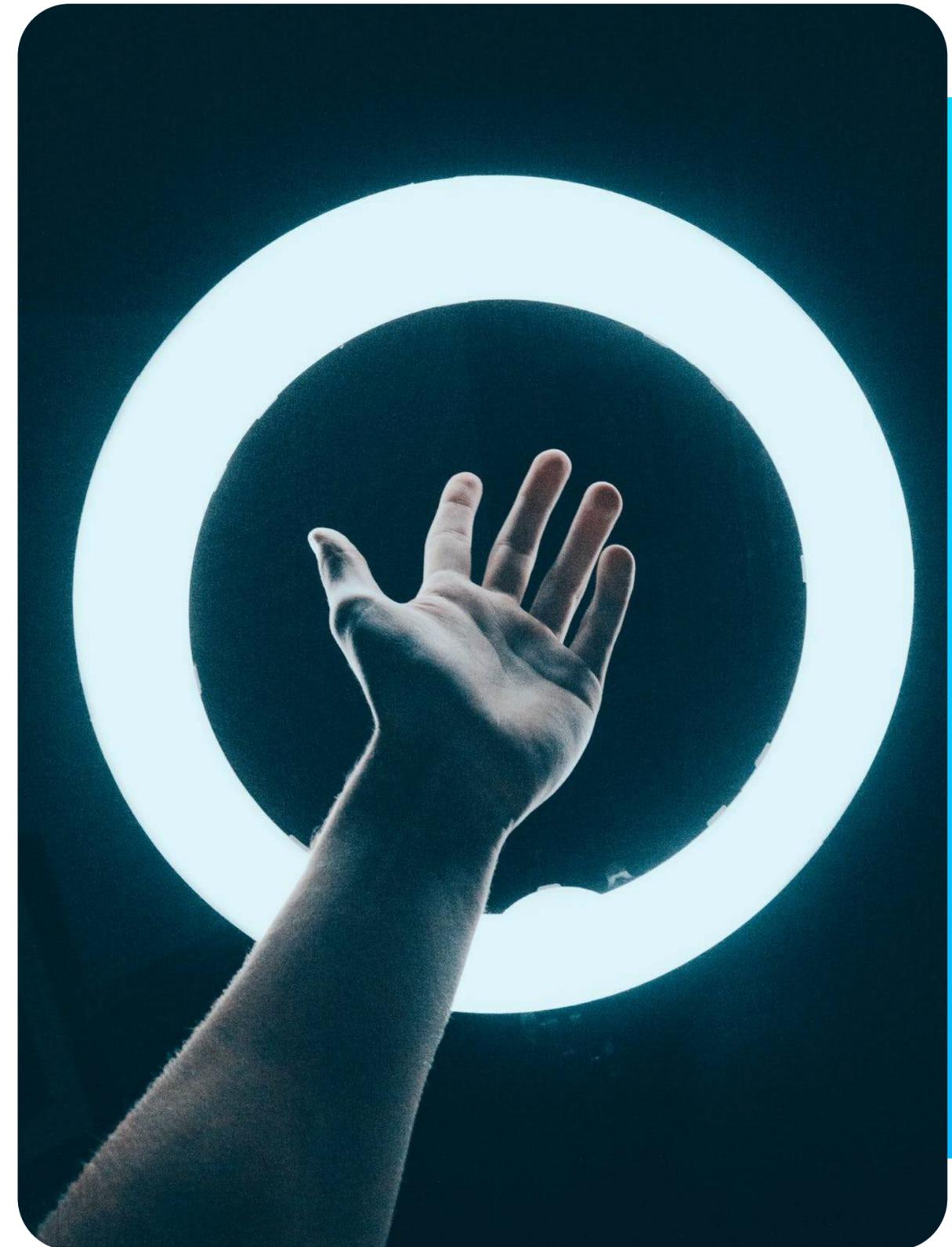
Quando o assunto é luz, **o menos também é mais.**

Lotar o SET de luzes nem sempre é a solução, pelo contrário, o problema só vai aumentando. Uma ou duas luzes já está ótimo!

Se você for fotografar à luz do dia, procure pela sombra, com a parte mais iluminada (de onde vem a luz) mais atrás de você, vai funcionar super bem!

Já o sol, direto, gera bastante contraste e sombras definidas, bom para fotos mais conceituais. Para mostrar o produto, nem tanto.

Para o sol, valem as mesmas dicas de posição: pense que o sol é a janela e pronto!



# Qual câmera usar

Existem três equipamentos que você pode optar.

## 1. Celular

É prático, versátil e dá conta do recado no geral.

Uma boa dica: quando for focar, coloque o dedo na tela e deixe até aparecer AF/L e AE/L. É o bloqueio de foco e exposição. Agora você pode mudar o enquadramento que a luz e o foco vão ficar fixos.

Ah, às vezes aparece também umas setinhas, use elas para melhorar a exposição (claro/escuro) de acordo com o seu gosto.

## 2. Mirrorless

É um sistema de câmeras, similar às DSLR, só que sem o espelho, ou seja, você vê a foto pelo visor exatamente como ela ficará. De um modo geral, as regulagens e a qualidade são as mesmas que a DSLR e também é possível trocar as lentes na maior parte dos modelos.



## 3. DSLR

É aquele tipo de câmera que parece uma bigorna, toda grandona, troca as lentes e tal.

É uma opção mais profissional e por isso mesmo a curva do aprendizado é um pouco maior, e por vezes, a foto não sai bem como você gostaria, o “R” da sigla quer dizer REFLEX, ou seja, você vê o assunto de forma analógica através de um reflexo num espelho.

Isso mesmo, a foto é uma surpresa, você só vê ela depois de tirar.

## Qual opção usar?

Bem, lembra lá no início quando falamos que fotografia parece ser mais simples do que realmente é?

Tá começando a fazer sentido?

Então, se você não tem ideia e tá pensando em comprar, vá de DSLR ou MIRRORLESS, podemos dar a dica destes dois modelos da CANON:

DSLR: Canon Rebel SL3

MIRRORLESS: Canon EOS M50

## Canon Rebel SL3

[Ver mais](#)



## Canon EOS M50

[Ver mais](#)



Durante  
a sessão



## Faça tudo de uma vez só!

Por mais lógico que pareça, fotografar os produtos à medida que eles ficam prontos não é a melhor ideia. Prefira ter todos em mãos, mesmo que isto leve um ou dois dias, e se dê ao trabalho de fotografar apenas uma vez, e claro, exceções vão acontecer.

Dividir o trabalho em etapas quebra o seu fluxo mais de uma vez, e acredite, às vezes acertar a mesma luz não é fácil.

Ah, outra dica: separe os produtos logicamente, seja por coleção, SKU, tipo, categoria, tamanho, enfim, ajuda a organizar o fluxo de captura e pós.

### Quer um dica?

Entre cada produto fotografe a ficha técnica ou etiqueta para depois saber quem é quem, e se não faz sentido para você, talvez apenas uma foto preta (tape a lente e faça o click) para separar um produto do outro, especialmente quando são muito parecidos.

## Marcações

Visualize o cenário:

229 produtos, sendo anéis, brincos, colares e pulseiras para fotografar!

4 ângulos de cada + Dois cliques por ângulo = 1832 fotos.

Esse é o número aproximado de fotos para baixar e organizar no pós produção.



## Aprendizado na dor

Parece lógico entrar com um produto e fazer tudo o que precisa nele e depois passar para o próximo, mas acredite, dependendo do caso, ajustar o set 1832 vezes dá mais trabalho do que pegar 4 vezes o mesmo produto.

Como o título sugere, dói, mas você vai aprender.

Por isso o “pensar no fluxo”.

Se é só mudar de posição, então dá para pegar o produto, e sem mexer no SET, fazer os clicks ajustando a posição entre cada um deles.

Mas, se ao mudar o ângulo precisa trocar câmera e luz de lugar, daí já não compensa.

Um trabalho como este é bom de ser executado entre duas pessoas: uma para operar a câmera e outra para mudar a posição dos produtos, agiliza muiiiiito!

Outra coisa bacana é separar os produtos por tamanho.

Isto porque o set vai se ajustando ao tamanho do produto, e agrupá-los por tamanho faz mais sentido, pensando na mão de obra necessária para ajustar todo set a cada troca de produto/tamanho.

## Dar um check

Quem avisa amigo é.

Antes de guardar tudo e devolver aos seus lugares, **dá um confere nas imagens.**

É comum ter que repetir algumas, então nada melhor que a experiência de aprender na dor para saber que a paciência é uma virtude.

Depois não vai dizer que não foi avisado!

Depois de  
fotografar



## Pronto, a missão está cumprida. #SQN

Agora vem outro desafio: organizar a parada toda. O principal nessa hora é ter softwares adequados para chegar onde se quer sem ter que ficar procurando por soluções mágicas.

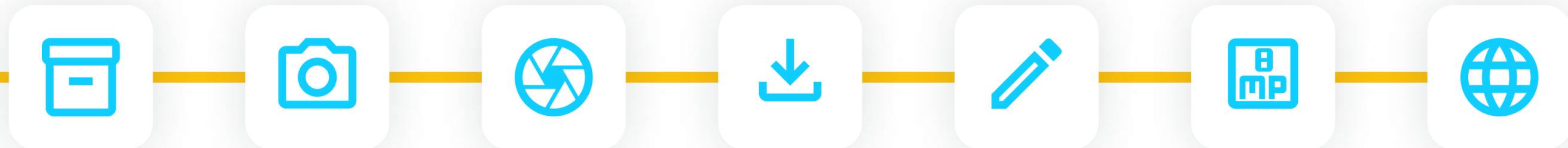
Claro que tudo depende do fluxo que você tem, afinal, se forem poucas fotos, talvez existam saídas mais caseiras e automatizadas.

Uma boa dica é o pacote fotografia da ADOBE, incluindo o Photoshop e o Lightroom. Hoje em dia eles usam a lógica da assinatura e não licença perpétua, o que torna seu acesso muito mais democrático.

## Siga o fluxo

De um modo geral, o fluxo de trabalho vai ser o seguinte:

- Prever os produtos
- Pensar no set/cenários/produção
- Receber/organizar os produtos
- Fotografar
- Baixar no computador
- Importar no software de edição
- Revisar/Organizar/Classificar
- Guardar produtos
- Editar
- Exportar no formato e resolução pelo indicada sistema
- Subir no sistema



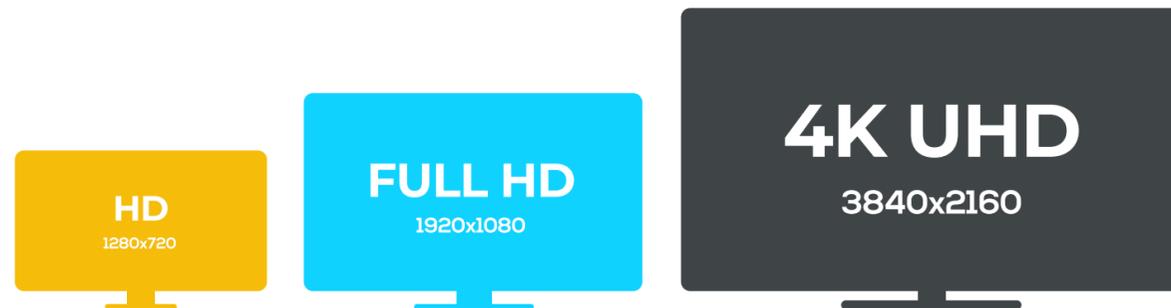
## O que é resolução?

Quando você compra uma televisão, por exemplo, já ouviu falar neste número 1920x1080? Full HD?

Então, isso é resolução. Normalmente se você aproximar-se da imagem desta TV vai conseguir ver cada um destes pontos. Quanto mais resolução a TV tiver, menor vai ser esse pontinho, como em uma TV 4K, onde se torna muito mais difícil de ver o pontinho.

Então, resolução é a quantidade de pixel em uma imagem digital ou em um display (tv, celular, monitor)

Pois bem, se uma câmera fotográfica tem, em média, 6000 x 4000 pixels e um display de TV, monitor ou tela de celular tem 1920 x 1080, significa que tem pixel sobrando na imagem que foi registrada.



Neste caso, pode-se dizer que é preciso baixar a resolução.

**Importante:** baixar a resolução não significa diminuir a qualidade, pelo contrário, esta é a última coisa que queremos. Baixar a resolução significa adequar para o uso (impresso/displays/entre outros)

## Mas, baixar para quanto?

O indicado na Dooca é que o lado maior da imagem tenha 1280 pixels e se for um tema que usa fotos quadradas, o ideal é 1280 x 1280 pixels.

Ora, se o display que vai mostrar a imagem tem 1920px, o fato de ter 1280 significa que vai ser menor que a tela, e é exatamente isto que queremos: ter uma resolução suficiente para ocupar parte da tela, e não toda.

Se quiser ocupar toda a tela, a resolução da imagem terá que ser 1920 ou igual ao display no qual pretende se exibir.

## Mas, então, quer dizer que não pode subir uma foto original da câmera?

Pode, mas você vai entregar a responsabilidade de baixar a resolução para um sistema e não para um software especializado nisto. Novamente, o ideal é subir de acordo com o indicado. Tá fazendo sentido?

### Atenção!

Tome cuidado com imagens que possuem **menos do que 1280px**. Se você baixar demais a resolução da imagem, tipo 500x500px, ao subir ela, o sistema vai inventar pixels para deixar de acordo com o valor padrão do sistema.

Pra ficar mais claro, pense em um chocolate bem bom, mas infelizmente a receita ficou pequena e cara! Para render mais e aumentar a receita, o que se faz?

Coloca gordura. Vixi, e depois que mistura, não tem mais volta! Então, o caso é o mesmo.

Se a imagem está pequena para o uso, o sistema inventa os pixels (tipo a gordura) logo, compromete-se nitidez, cor, detalhes, entre outros, e não queremos isso, certo?

Ah, e resolução não tem nada a ver com peso viu?

## O que é peso?

O peso da imagem é a quantidade de memória que a mesma está ocupando.

Normalmente cada formato de imagem JPG, TIFF, PSD, PNG possuem diferentes formas de finalizar a imagem, o que resulta em diferentes pesos para uma mesma resolução.



## Qual é melhor pra subir?

A **mais pesada, 600kb**. Ambas possuem a mesma resolução (quantidade de pixel) mas uma está mais comprimida, ou seja, perdeu dados (qualidade) logo, a melhor a se subir é a mais pesada.

**Deixe que o sistema da DOOCA fique encarregado de otimizar para a WEB**, o que pode diminuir minimamente a qualidade da imagem, mas não compromete a visualização.

Se optar pela de 90Kb, provavelmente antes de subir já será notável a diferença de qualidade entre elas, e, em ambas, não haverá diferença no carregamento, pois esta parte de otimização é conosco, logo, suba a que tiver a melhor qualidade/peso, seguindo sempre a resolução indicada.



## E a compressão?

Compressão é, de uma forma simplória, a capacidade de resumir e reamostrar dados, no caso de imagens, os pixels.

Se estivéssemos falando de livros, seria mais ou menos dizer que sua biblioteca inteira pode ser reproduzida fielmente se resumida em 100 páginas. Legal né?

Ocupa menos espaço na sua sala e pode ser levada em sua bolsa. Agora, quanto mais você comprimir este resumo, mais aumentam as chances de a reprodução não ser perfeita, por exemplo, palavras saírem trocadas ou com letras faltantes.

Enfim, estão todos os livros lá, mas tem alguns probleminhas! Sacou?

Então, compressão é um sistema destrutivo de dados, mas calma, como dissemos, o JPG é mestre, faz muito bem o serviço.

Aliás, a internet só ficou popular com imagens em função dele, então, pode confiar!

## Para não errar na hora do UPLOAD

O ideal é subir em JPEG. Joint Photographics Experts Group, o vulgo JPG é o sistema de arquivamento de imagem que entrega a melhor relação entre qualidade x peso.

Mas porque isto é importante?

Atualmente, a experiência do usuário também conta como estratégia de SEO, logo, ter uma loja fluída, que carrega rápido e sem links quebrados conta muiiiiiiiito para o ranqueamento no Google.

Qualquer outro formato que você tentar subir vai comprometer a qualidade, pois o sistema vai comprimir muito a fim de criar a fluidez de carregamento necessária para a boa experiência do usuário e nenhum formato faz o serviço tão bem quanto o JPG, acredite.

Então, pra finalizar, se supostamente você reduziu a resolução para o indicado, qual o melhor peso para subir a imagem?

Desde que seja em JPG, quanto mais peso, melhor, pois ele está diretamente relacionado com a proporção de compressão. Quanto mais comprimida a imagem, mais leve ela será e com menos dados e menor a qualidade

“Meu Deus, agora surtei!!!”

É, eu sei que você deve ter pensado isto, é um assunto meio abstrato né? Veja o exemplo a seguir.

As duas imagens estão em JPG e têm a mesma resolução (qt de pixel) 1280, indicada pelo nosso sistema.



Resolução: 1280x720  
Formato: JPG  
**Peso: 600kb**



Resolução: 1280x720  
Formato: JPG  
**Peso: 90kb**

# Resumo

Arquivo: JPG

Resolução: SEMPRE o indicado

Peso: quanto MAIS melhor (deixe o sistema encarregar-se de otimizar para web)

Com um software específico para imagens fica muito fácil de salvar/exportar imagens nestas configurações, daí a importância de incorporá-los em seu fluxo.

## Conclusão

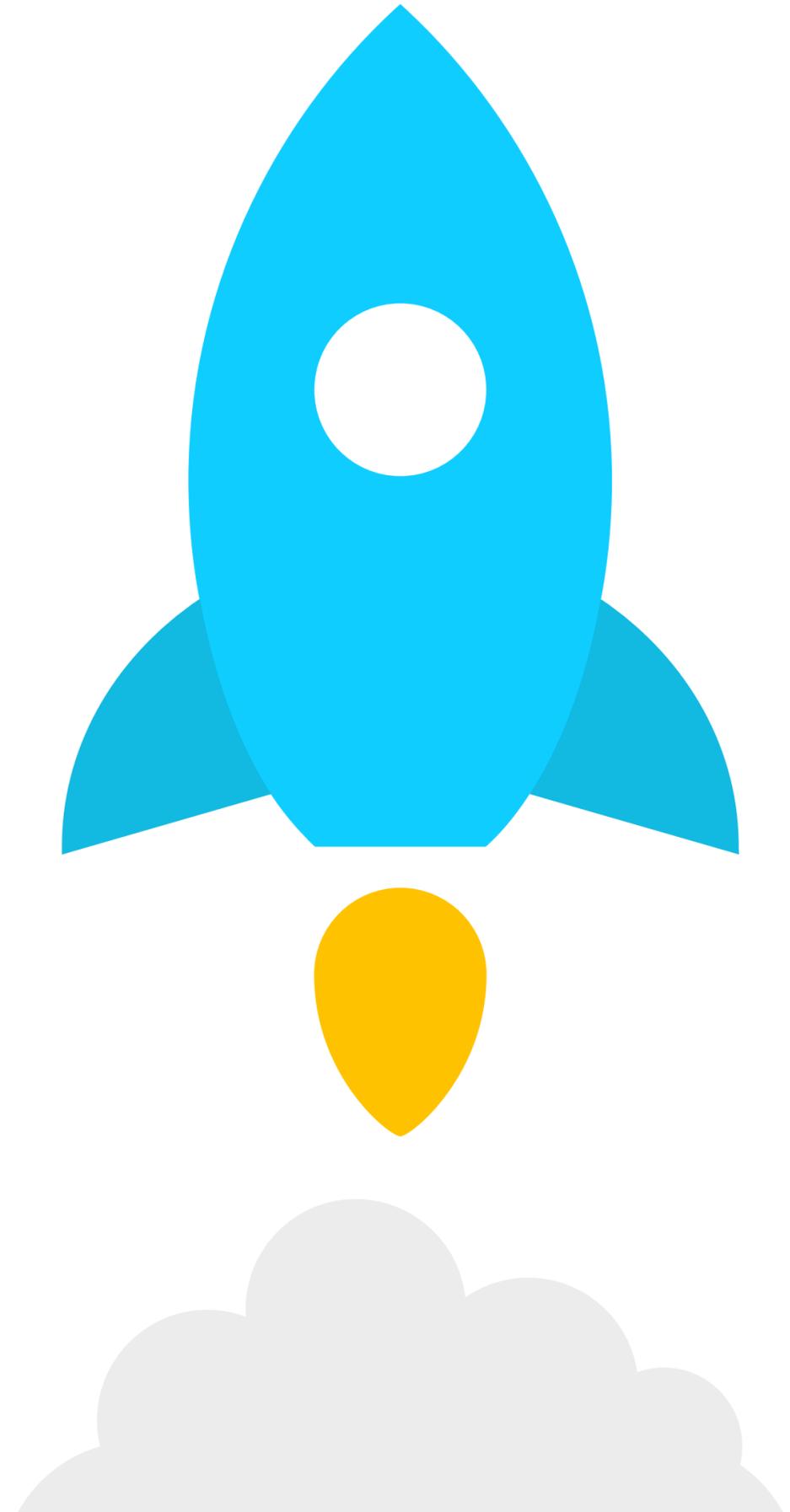
Como dissemos lá no início, o processo fotográfico é mais complexo do que parece e antes de mergulhar neste mundo, reserve um bom tempo para tal e busque informações a respeito, no Youtube tem muita coisa, por sinal.

Uma boa dica também é conhecer os profissionais de sua região que podem, além de executar o job, lhe prestar uma assessoria para deixar o fluxo redondinho, que tal?

Outra boa opção é que estamos - sempre - aqui para lhe ajudar no que precisar para sua loja decolar.

Vamos juntos?

Até mais.





# Quem fez esse e-book?



**Joel Reichert**  
Fotógrafo



**Vivian Maurelli**  
Redatora



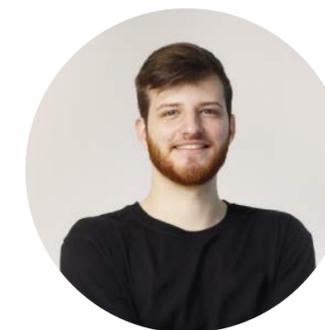
**Aline Rezende**  
Redatora



**Tiago Assis**  
Redator



**Hellenn Rech**  
Revisão



**Augusto Metz**  
Design

**Siga a Doooca nas redes sociais!**

