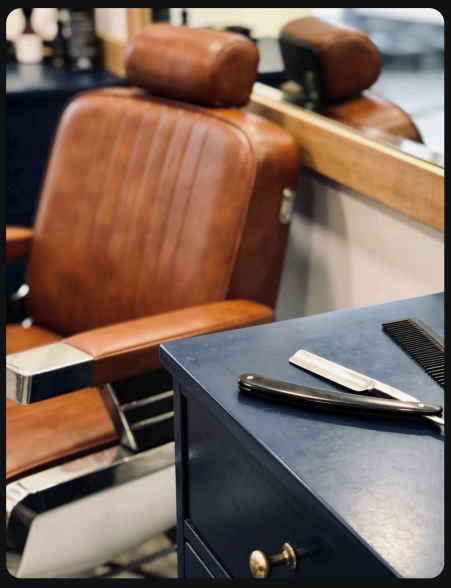
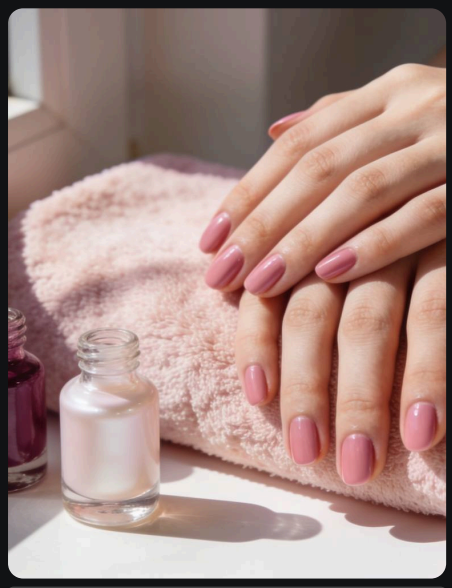
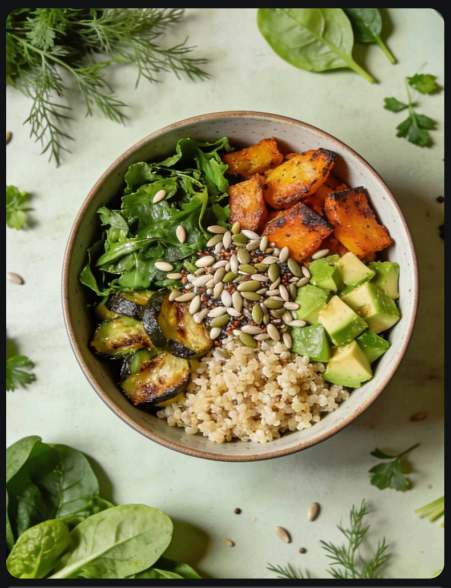
postory.













MANUAL GRATUITO · IDENTIDADE VISUAL PARA PEQUENO NEGÓCIO

Sua marca em 5 decisões

Cor, fonte, layout, jeito de escrever e o que postar em 30 dias. Decida uma vez, anote e use em todo post — com ferramentas grátis e o celular que você já tem.

12 paletas prontas · 10 duplas de fonte · Layout e fotos · 15 estruturas de post · Calendário de 30 dias

COMECE POR AQUI

Como usar este manual

Não é para ler de ponta a ponta. É para tomar cinco decisões e anotar. Cada página funciona sozinha.

1

Cor

12 paletas conferidas no contraste

2

Aa

Fonte

10 duplas gratuitas, na própria letra

3

Layout

Margem, hierarquia e foto de celular

4

Voz

Como escrever do jeito que você fala

5

Plano

O que postar nos próximos 30 dias

O QUE VOCÊ CONSEGUE MONTAR NO FIM

Quatro posts feitos só com o que está neste manual: uma paleta, uma dupla de fontes e uma boa foto. Posts fictícios; as fotos foram geradas por IA para este manual.

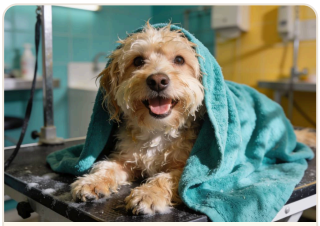


CONFEITARIA

Encomendas de sábado

chama no direct

Paleta 1 · Doce de Vitrine
Playfair Display + Lato

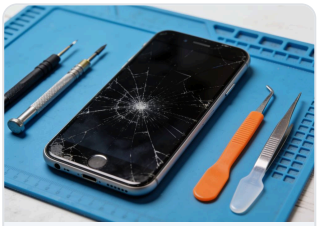


PET SHOP

Banho e tosa com hora marcada

chama no direct

Paleta 5 · Patinha Feliz
Poppins + Inter



ASSISTÊNCIA TÉCNICA

Tela trincada? Traz aqui

chama no direct

Paleta 10 · Conserto Confiável
Archivo Black + Roboto



ARTESANATO

Velas da nova fornada

chama no direct

Paleta 12 · Feito à Mão
Fraunces + Nunito Sans

ESTÁ NO ZERO?

Siga a ordem

Cor → fonte → layout → voz → plano. Em cerca de uma hora você sai com as cinco decisões tomadas e a Folha 1 preenchida.

JÁ TEM ALGUMA COISA?

Vá direto ao que trava

Logotipo pronto e sem saber que fonte usar? Pule para as duplas. Nada para postar amanhã? Vá para o calendário.

OS TRÊS TESTES — VALEM MAIS QUE QUALQUER RÉGUA

Braço esticado

Olhe a peça com o braço todo esticado. O que você ainda lê é o que ela comunica. Se o título sumiu, está pequeno.

Olho apertado

Aperte os olhos até virar borrão. Devem sobrar poucas manchas: uma grande, uma destacada, o resto uniforme.

Rascunho

Poste como story só para você, ou salve rascunho, e veja no seu aparelho. Corte e botão em cima do texto só aparecem ali.



DECISÃO 1

Cor

A cor entra na tela antes da primeira palavra.

Cinco cores, cinco funções

MÉDIA	POUCA	MUITA	MÉDIA	POUQUÍSSIMA
Principal	**Apoio**	**Neutro claro**	**Neutro escuro**	**Ação**
A cor ligada ao seu nome. Logo, faixas, palavra destacada.	Só em área preenchida: fundo, moldura, bloco. Nunca em texto.	O papel. É o que mais aparece na tela.	A tinta. É com ele que você escreve.	Uma vez por peça: botão, preço, chamada.

A regra do 60 / 30 / 10



60% neutro claro · 30% principal + apoio · 10% ação

Se a cor de ação aparece em quatro lugares da mesma peça, não sobra destaque nenhum. Por isso: **uma vez por peça**.

E a cor principal não é a que mais aparece — é a que você quer ligada ao seu nome. O que mais aparece é o neutro claro.

ONDE VAI CADA COR NUM CARROSSEL

Fundo das telas de conteúdo	Neutro claro
Texto e títulos	Neutro escuro
Capa, faixas, palavra destacada	Principal
Moldura, bloco de fundo	Apoio
Botão, preço, chamada	Ação
Ícones e linhas	Principal ou neutro escuro
Número de página	Neutro escuro, 28 px

UM CARROSSEL DE 4 TELAS COM A REGRA APLICADA



Somando as quatro telas: muito neutro claro, a principal só na capa, o apoio como bloco de área e a ação uma vez, no fim.

DECISÃO 1 · COR

Uma foto, três marcas

A foto é a mesma. O que muda é a decisão de cor, de fonte e de composição — e é isso que faz o post parecer de alguém.



DOCERIA · EXEMPLO

Croissant saiu *agora.*

encomende pelo direct

Romântica. Paleta 1 “Doce de Vitrine” + Playfair Display e Lato. Foto em cima, texto no papel embaixo.



CAFÉ NATURAL · EXEMPLO

Fermentação natural, todo dia.

ver cardápio

Leve. Paleta 9 “Horta Viva” + Poppins e Inter. Foto emoldurada, respiro em volta.



Encorpada. Paleta 2 “Navalha e Couro” + Oswald e Open Sans. Foto em preto e branco, cor por cima.



ATELIÊ · EXEMPLO

Feito à mão, esta semana

encomende

Artesanal. Paleta 12 “Feito à Mão” + Fraunces e Nunito Sans.



SPA · EXEMPLO

Ritual de fim de tarde

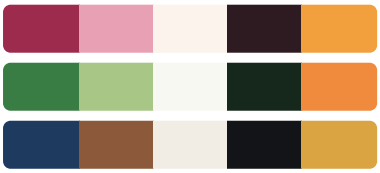
agende

Delicada. Paleta 4 “Pele de Seda” + Cormorant e Josefin Sans.



Aconchegante. Paleta 7 “Terracota Calma” + DM Serif e DM Sans.

O QUE MUDOU · COR



Mesma foto, três temperaturas. A paleta decide o clima antes da leitura.

O QUE MUDOU · FONTE

Aa **Aa** **AA**

Serifa clássica, redonda, condensada: três personalidades para o mesmo croissant.

O QUE MUDOU · COMPOSIÇÃO



Foto em cima, foto emoldurada, foto de fundo. Três jeitos de dar lugar ao texto.

Os seis posts são exemplos fictícios, montados para este manual. A foto do croissant é do acervo do Postory; a das velas foi gerada por IA.

DECISÃO 1 · COR

12 paletas prontas

Copie os códigos. Cada uma aparece aplicada num post e num story — e todos os textos indicados passam no teste de contraste.

01 Doce de Vitrine

confeitaria, bolos, doceria, café, brigaderia

Principal	#9C2B4E
Apoio	#E8A0B4
Neutro claro	#FBF3EC
Neutro escuro	#2E1B22
Ação	#F2A03D



CONFEITARIA

Chegou coisa nova.

chama no direct

STORY

Horário de sábado

das 9h às 17h

responder

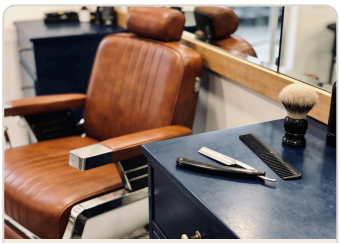
afeto e coisa feita à mão.

Apoio: cor de área, não de texto · texto sobre a ação: **neutro escuro**

02 Navalha e Couro

barbearia, tatuagem, oficina, loja de bebidas

Principal	#1F3A5F
Apoio	#8C5A3B
Neutro claro	#F1ECE4
Neutro escuro	#121417
Ação	#D9A441



BARBEARIA

Chegou coisa nova.

chama no direct

STORY

Horário de sábado

das 9h às 17h

responder

firmeza, tradição e capricho.

Apoio: cor de área, não de texto · texto sobre a ação: **neutro escuro**

03 Caderno Novo

papelaria, artigos de festa, presentes, loja de brinquedos

Principal	#5B4B8A
Apoio	#F4B6C2
Neutro claro	#FAF7F2
Neutro escuro	#1E1B2E
Ação	#FFC43D



PAPELARIA

Chegou coisa nova.

chama no direct

STORY

Horário de sábado

das 9h às 17h

responder

leveza e alegria organizada.

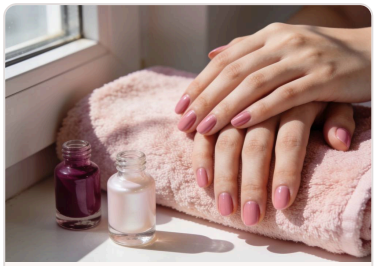
Apoio: cor de área, não de texto · texto sobre a ação: **neutro escuro**

12 paletas prontas 4–6

04 Pele de Seda

estética, manicure, sobrancelha, cílios, cabelo, spa

Principal	#6E4B6E
Apoio	#E8CFD6
Neutro claro	#FBF6F4
Neutro escuro	#241C24
Ação	#C9A227



ESTÉTICA

Chegou coisa nova.

chama no direct

STORY

Horário de sábado

das 9h às 17h

responder

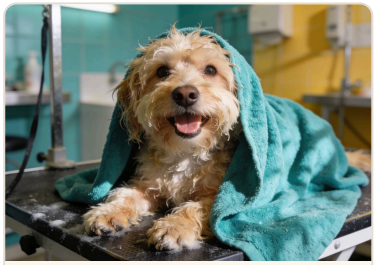
cuidado, calma e um toque de luxo acessível.

Apoio: cor de área, não de texto · texto sobre a ação: **neutro escuro**

05 Patinha Feliz

pet shop, banho e tosa, veterinária, adestramento

Principal	#1F7A6F
Apoio	#FFD166
Neutro claro	#FDF6EC
Neutro escuro	#1D3038
Ação	#C4482A



PET SHOP

Chegou coisa nova.

chama no direct

STORY

Horário de sábado

das 9h às 17h

responder

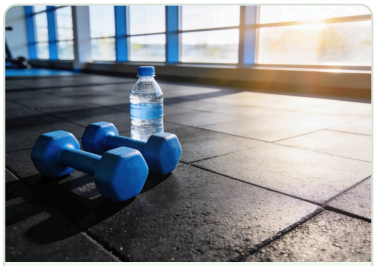
alegria e confiança, com cuidado profissional.

Apoio: cor de área, não de texto · texto sobre a ação: **branco**

06 Energia Total

academia, crossfit, personal trainer, loja de suplementos

Principal	#C1121F
Apoio	#457B9D
Neutro claro	#F1FAEE
Neutro escuro	#0D1B2A
Ação	#FFC300



ACADEMIA

Chegou coisa nova.

chama no direct

STORY

Horário de sábado

das 9h às 17h

responder

movimento, disciplina e urgência.

Apoio: cor de área, não de texto · texto sobre a ação: **neutro escuro**

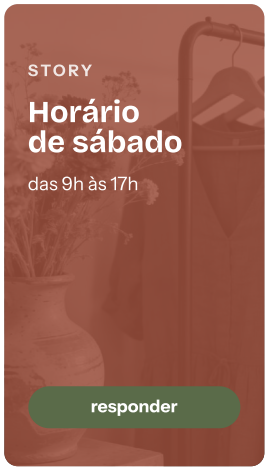
12 paletas prontas 7–9

07 Terracota Calma

moda feminina, brechó, acessórios, loja de decoração

Principal	#A0523F
Apoio	#D9C3B0
Neutro claro	#FAF5EF
Neutro escuro	#2A211D
Ação	#5A6B49





aconchego e bom gosto sem esforço.

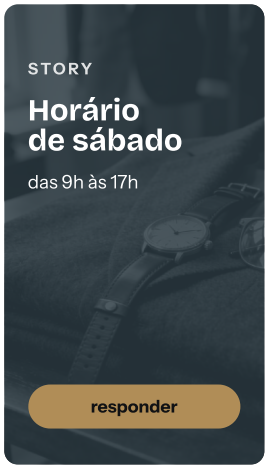
Apoio: cor de área, não de texto · texto sobre a ação: **branco**

08 Alfaiataria

moda masculina, relojoaria, ótica, loja de calçados, consultoria de imagem

Principal	#2B3A42
Apoio	#9AA8AF
Neutro claro	#F3F1ED
Neutro escuro	#121A1F
Ação	#B08D57





sobriedade e acabamento.

Apoio: cor de área, não de texto · texto sobre a ação: **neutro escuro**

09 Horta Viva

comida saudável, marmita fit, hortifruti, produtos naturais, nutricionista

Principal	#3A7D44
Apoio	#A8C686
Neutro claro	#F7F8F2
Neutro escuro	#16281B
Ação	#F08A3C





frescor e comida de verdade.

Apoio: cor de área, não de texto · texto sobre a ação: **neutro escuro**

12 paletas prontas 10–12

10 Conserto Confiável

assistência técnica de celular, informática, conserto de eletrodomésticos, chaveiro

Principal	#1C4E9C
Apoio	#8FB8DE
Neutro claro	#F2F5F9
Neutro escuro	#0E1B2B
Ação	#FF7A1A





competência e segurança.

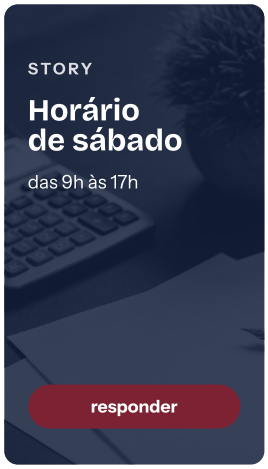
Apoio: cor de área, não de texto · texto sobre a ação: **neutro escuro**

11 Sala de Reunião

advocacia, contabilidade, corretor de seguros, consultoria, imobiliária

Principal	#14213D
Apoio	#5A6B8C
Neutro claro	#F4F4F1
Neutro escuro	#0B0F1A
Ação	#7C2233





seriedade e discrição.

Apoio: cor de área, não de texto · texto sobre a ação: **branco**

12 Feito à Mão

artesanato, crochê, velas, cerâmica, marcenaria, sabonetes artesanais

Principal	#5C6B44
Apoio	#D6C3A1
Neutro claro	#F7F2E7
Neutro escuro	#2B2A22
Ação	#9C4221





trabalho manual, paciência e peça única.

Apoio: cor de área, não de texto · texto sobre a ação: **branco**

DECISÃO 1 · COR

Legível de verdade

A norma de acessibilidade (WCAG) pede pelo menos 4,5 de diferença entre texto e fundo. Parece técnico; na prática é isto:

Promoção de terça

1,6 REPROVA

Some na tela

Promoção de terça

3,3 SÓ ÍCONE

Mínimo para ícone e linha grossa

Promoção de terça

5,0 PASSA

Mínimo para texto

Promoção de terça

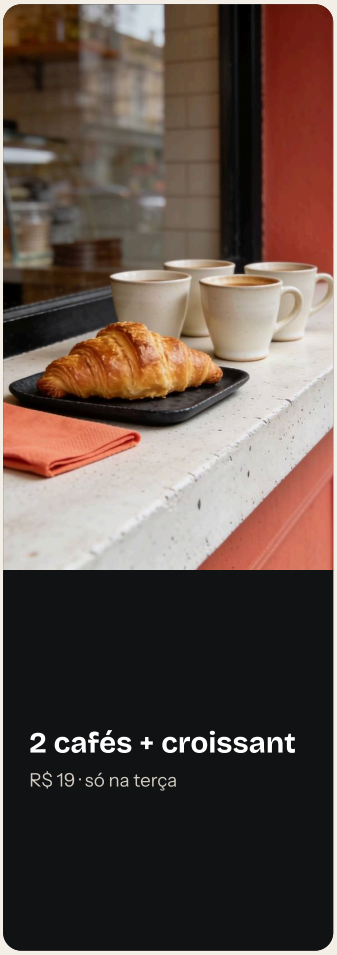
11,4 IDEAL

Leitura confortável

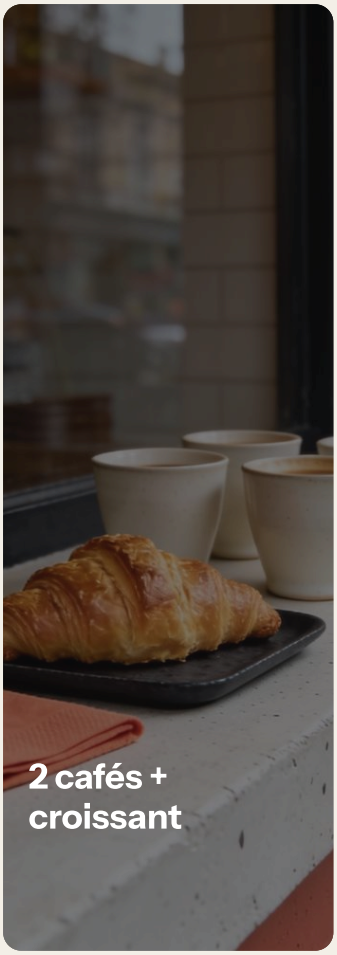
Texto em cima de foto: o erro mais comum, e três consertos



✕ Texto fino direto na foto: some no balcão claro



✓ Faixa sólida embaixo, foto em cima



✓ Escurecer a foto inteira, texto grosso



✓ Tarja clara atrás do texto

Teste qualquer par em 20 segundos

Abra o **WebAIM Contrast Checker** (gratuito, sem conta), cole a cor do texto e a do fundo e leia o número. Abaixo de 4,5, troque o texto para o seu neutro escuro.

Texto	Fundo	
#6B6F76	#FFFFFF	**5,0** PASSA

Já tem uma logo e ela reprova?

Use a cor da logo só em área preenchida — faixa, fundo, botão grande — e tire dela um tom bem escuro para o texto.

Aa

✕ 1,8
branco sobre a cor da logo

Aa

✓ 10,3
a cor vira fundo, texto escuro

Aa

✓ 6,3
tom escuro da mesma cor, para texto

10 duplas que funcionam

Todas gratuitas no Google Fonts. Cada uma escrita na própria fonte — e aplicada num post, do jeito que vai sair no seu feed.

01

Aa Bb Gg Rr

0123456789 · R$ 49,90

Este é o corpo, no tamanho em que aparece no post. Se você não lê esta linha com o celular a um braço de distância, a fonte está pequena.

Playfair Display TÍTULO **Lato** CORPO

Confeitaria, joalheria, buffet. Serifa clássica dá ar de coisa caprichada; o Lato não disputa atenção.



02

Aa Bb Gg Rr

0123456789 · R$ 49,90

Este é o corpo, no tamanho em que aparece no post. Se você não lê esta linha com o celular a um braço de distância, a fonte está pequena.

Montserrat TÍTULO **Lora** CORPO

Loja, serviço, consultoria. Título geométrico e limpo; corpo com leve serifa que acalma a leitura.



03

Aa Bb Gg Rr

0123456789 · R$ 49,90

Este é o corpo, no tamanho em que aparece no post. Se você não lê esta linha com o celular a um braço de distância, a fonte está pequena.

Oswald TÍTULO **Open Sans** CORPO

Academia, hamburgueria, oficina. Condensado ocupa pouco espaço e chama atenção; o corpo largo compensa.



04

AA BB GG RR

0123456789 · R$ 49,90

Este é o corpo, no tamanho em que aparece no post. Se você não lê esta linha com o celular a um braço de distância, a fonte está pequena.

BEBAS NEUE TÍTULO **Work Sans** CORPO

Evento, promoção, esporte. Só tem maiúscula e um peso. Use em título curto — nunca em frase longa.



05

Aa Bb Gg Rr

0123456789 · R$ 49,90

Este é o corpo, no tamanho em que aparece no post. Se você não lê esta linha com o celular a um braço de distância, a fonte está pequena.

DM Serif Display TÍTULO **DM Sans** CORPO

Estética, moda, papelaria. Mesma família de desenho: combinam sem esforço. Um peso só no título.



10 duplas que funcionam 6–10

06 Aa Bb Gg Rr

0123456789 · R$ 49,90

Este é o corpo, no tamanho em que aparece no post. Se você não lê esta linha com o celular a um braço de distância, a fonte está pequena.

Archivo Black TÍTULO **Roboto** CORPO

Assistência técnica, atacado. Peso máximo no título, neutralidade total no corpo. Um peso só.



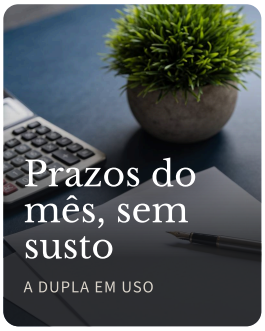
07 Aa Bb Gg Rr

0123456789 · R$ 49,90

Este é o corpo, no tamanho em que aparece no post. Se você não lê esta linha com o celular a um braço de distância, a fonte está pequena.

Libre Baskerville TÍTULO **Source Sans 3** CORPO

Advocacia, contabilidade, saúde. Serifa tradicional passa seriedade; o corpo moderno tira o peso.



08 Aa Bb Gg Rr

0123456789 · R$ 49,90

Este é o corpo, no tamanho em que aparece no post. Se você não lê esta linha com o celular a um braço de distância, a fonte está pequena.

Poppins TÍTULO **Inter** CORPO

Pet, infantil, tecnologia. Redondo e simpático no título; o Inter foi desenhado para tela.



09 Aa Bb Gg Rr

0123456789 · R$ 49,90

Este é o corpo, no tamanho em que aparece no post. Se você não lê esta linha com o celular a um braço de distância, a fonte está pequena.

Cormorant Garamond TÍTULO **Josefin Sans** CORPO

Spa, floricultura, casamento. Delicada e fina: no celular, só funciona em tamanho grande.



10 Aa Bb Gg Rr

0123456789 · R$ 49,90

Este é o corpo, no tamanho em que aparece no post. Se você não lê esta linha com o celular a um braço de distância, a fonte está pequena.

Fraunces TÍTULO **Nunito Sans** CORPO

Artesanato, comida caseira. Personalidade sem bagunça. Tem um ajuste chamado WONK que deixa as letras mais soltas.



DECISÃO 2 · TIPOGRAFIA

Quatro tamanhos, sempre os mesmos

Para post 1080 × 1350 px. Mais que quatro vira bagunça; menos vira monotonia.



PAPELARIA

Lista escolar pronta em 1 dia

Traga a lista no papel ou na foto

A gente separa tudo, confere item por item e entrega embalado em até 1 dia.

@papelaria.exemplo · 01/03

96 px	Título. Uma ideia, poucas palavras.
64 px	Subtítulo. O complemento do título.
42 px	Corpo. **É o piso**: abaixo disso não se lê no celular.
28 px	Rodapé e número de página. Marcação discreta, fora da regra dos 42.

Story 1080 × 1920: mesma largura, mesmos quatro números. Arquivo com 2160 de largura: tudo × 2 — o título vira 192 px.

Os erros que mais aparecem

✕ GRANDE LIQUIDAÇÃO *só até domingo*

✓ GRANDE LIQUIDAÇÃO só até domingo

Duas fontes decorativas brigando. Uma decide, a outra serve.

✕ A GENTE ABRE DE TERÇA A SÁBADO, DAS NOVE ÀS DEZOITO, E AOS DOMINGOS SÓ COM HORA MARCADA

✓ A gente abre de terça a sábado, das nove às dezoito. Aos domingos, só com hora marcada.

Frase longa toda em maiúscula. Sem a altura das letras, a leitura trava. Caixa alta só em título curto.

✕ **Promoção** de inverno chegando

✓ **Promoção de inverno chegando**

Esticar ou espremer para caber. Quebre a linha ou diminua o tamanho — nunca deforme a letra.

✕ Aqui a entrelinha está apertada demais e as linhas de texto encostam umas nas outras, cansando quem lê.

✓ Aqui a entrelinha respira e o olho encontra a linha seguinte sem esforço.

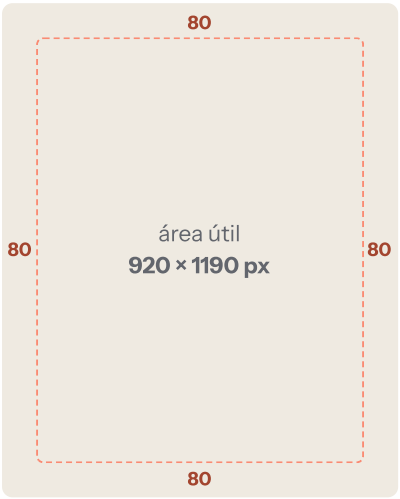
Entrelinha apertada. No corpo, algo entre 1,3 e 1,5 vez o tamanho da letra.

DECISÃO 3 · LAYOUT

Margem, hierarquia e sequência

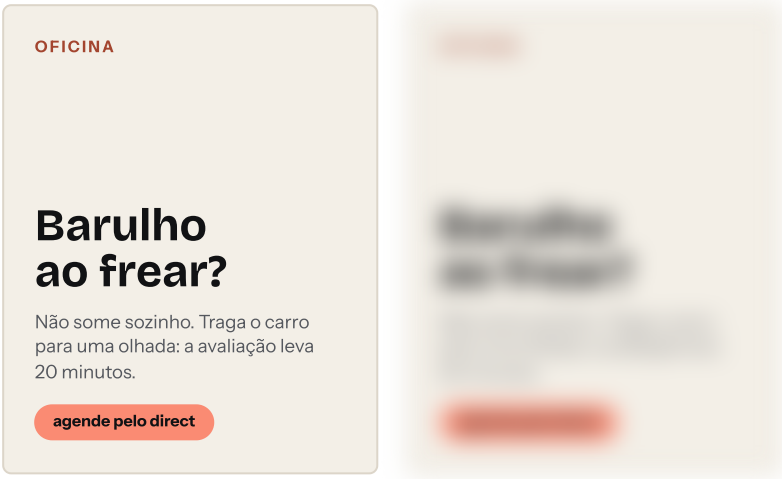
Respiro é identidade. Texto colado na borda é a marca registrada de peça feita com pressa.

A regra dos 80



Peça 1080 × 1350 px: 80 px de margem nos quatro lados. Nada importante encosta na borda.

Teste do olho apertado



Borrada, a peça vira três manchas: o título, o botão e o resto. É isso que alguém percebe em um segundo de rolagem. Se sobrarem cinco manchas brigando, falta hierarquia.

O que se vê em 1 segundo

O que se lê se a pessoa parar: a explicação, em corpo de 42 px.

o que fazer agora

Três níveis, no máximo
Grande, legível, destacado. Se tudo tem o mesmo peso, nada é visto. Antes de publicar, aponte o que é cada nível — se não souber dizer, a peça ainda não está pronta.

Anatomia de um carrossel

01 **Capa**

Capa. A promessa. Uma frase que dá vontade de deslizar.

02 **Segunda capa**

Segunda capa. Pode ser a primeira tela que a pessoa vê. Trate como capa.

03 **Miolo**

Miolo. Uma ideia por tela. Nunca duas.

04 **Miolo**

Miolo. Exemplo concreto, não teoria.

05 **Miolo**

Miolo. O caso difícil ou a dúvida comum.

06 **Fechamento**

Fechamento. Pede uma coisa só.

Por que o slide 2 é uma segunda capa: Adam Mosseri, chefe do Instagram, declarou que o carrossel pode ser mostrado de novo a quem não deslizou, começando pela segunda tela. É uma declaração pública, não uma regra documentada da plataforma — pode mudar.

DECISÃO 3 · LAYOUT

Foto de celular que vira peça

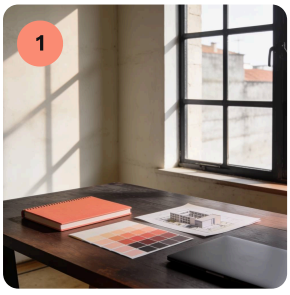
Você não precisa de câmera. Precisa de lente limpa, luz de janela, fundo liso e espaço reservado para o texto. O mesmo pote de geleia, duas vezes:



✕ Luz amarela e dura, fundo bagunçado, pote no centro, sem espaço para texto.



✓ Luz de janela, fundo liso, pote fora do centro e espaço livre à esquerda.



Luz de janela, de lado

Produto a cerca de um metro da janela, com ela ao lado. Desligue a luz do teto e não use flash.



Fundo chato entrega o produto

Parede lisa, cartolina, tábua. Antes de clicar, olhe as quatro bordas e tire o que não é o assunto.



Deixe espaço para o texto

Quando a foto vai virar post, reserve uma área vazia. Fotografe mais largo do que precisa.



Assunto fora do centro

Ligue a grade da câmera e ponha o assunto numa das linhas. Use as linhas para deixar a foto reta.

Antes de tudo: limpe a lente

Leva cerca de três segundos. A lente passa o dia no bolso: uma camada de gordura deixa tudo embaçado e cria estouros de luz. Um pano macio resolve.

Sombra preta demais?

Encoste uma folha de papel branco no lado oposto à janela, fora do enquadramento. Ela devolve um pouco de luz e suaviza a sombra. Custa zero.

As duas fotos do pote foram geradas por IA para este manual, para mostrar a diferença lado a lado. Não são de um cliente.

DECISÃO 3 · LAYOUT

Uma peça pronta, anotada

Margem, hierarquia, destaque e repetição numa peça só. Este é um slide publicado no @postory.studio.



1 Margem
Logo, textos e rodapé respeitam a mesma distância da borda.

2 Um título, poucas palavras
É o nível 1: o que se vê em um segundo.

3 Destaque na cor principal
A faixa coral marca a frase de exemplo — uma vez só.

4 Foto com respiro
Metade da peça para a foto, sem texto por cima.

5 Segundo bloco, mesma família
Mesmas fontes e cores; o título fica um nível abaixo e o corpo repete o tamanho do primeiro.

6 Rodapé e numeração
Discretos, no menor tamanho da peça, para situar sem competir.

O MESMO SISTEMA NAS QUATRO TELAS

Cada tela muda o assunto, nunca o layout, as fontes ou as cores. É isso que faz um carrossel parecer uma coisa só — e o próximo post parecer da mesma marca.



tela 1



tela 2



tela 3



tela 4

Faça o mesmo com um post seu

Pegue um post antigo e numere o que está em cada lugar, como acima. Onde você não conseguir dar um número, provavelmente falta uma decisão.



DECISÃO 4

Voz

Escreva do jeito que você fala no balcão. Em cerca de 20 minutos.

0–3 MIN · 1

Três palavras que descrevem

Como você quer que a pessoa se sinta. Não vale “qualidade”, “excelência”, “compromisso” — todo mundo escolhe.

3–6 MIN · 2

Três que NÃO descrevem

A voz se define tanto pelo que você recusa quanto pelo que aceita.

6–10 MIN · 3

O teste do balcão

Grave 60 segundos respondendo: “por que comprar de você e não da loja da esquina?”. Transcreva do jeito que saiu.

10–13 MIN · 4

A lista dos proibidos

Cinco frases que você nunca diria olhando no olho do cliente. Ficam proibidas na legenda.

13–16 MIN · 5

As palavras da casa

Use a palavra do cliente, não a do ramo. Se ele pede “o corte quadradinho”, escreva “quadradinho”.

16–20 MIN · 6

A ficha da voz

Tudo numa folha grudada perto de onde você escreve. Toda legenda passa por ela.

FICHA DA VOZ · EXEMPLO PREENCHIDO

Padaria de bairro (fictícia)

A GENTE SOA

acolhedora · direta · caprichosa

A GENTE NUNCA SOA

apelona · formal demais · íntima demais

O QUE A GENTE FAZ, EM UMA LINHA, SEM ADJETIVO

Pão de fermentação natural, assado de manhã, entregue no bairro.

PALAVRAS DA CASA

fornada · pão da casa · “separa pra mim”

PALAVRAS PROIBIDAS

~~o melhor da cidade~~ ~~qualidade incomparável~~ ~~venha conferir~~ ~~promoção imperdível~~ ~~feito com muito amor~~

O que a padaria recusa decide o que ela não escreve

se a marca recusa soar **apelona**

~~ÚLTIMAS VAGAS!!! CORRE!!!~~

se a marca recusa soar **formal demais**

~~Prezado cliente, informamos que...~~

se a marca recusa soar **íntima demais**

~~Oi, meu amor, tudo bem com você?~~

se a marca recusa soar **técnica demais**

~~Fermentação lática de 48 h com levain a 75% de hidratação~~

15 estruturas de post prontas

Escolha uma e adapte ao seu negócio. No exemplo abaixo, cada parte vira uma tela do carrossel — ou a primeira vira a arte e o resto vira legenda.

01
O erro que quase todo [público] comete

mostrar que você entende do assunto sem precisar dizer que entende do assunto.

02
Antes e depois

mostrar o que você faz sem precisar se elogiar. A imagem fala.

03
Quanto custa de verdade

responder à pergunta que todo mundo faz no direct e quase ninguém responde no feed.

04
3 perguntas que me fazem toda semana

transformar o seu direct em conteúdo. É das estruturas mais fáceis de executar, porque o conteúdo já existe.

05
Como a gente faz (o bastidor do processo)

explicar o trabalho que dá, sem precisar defender o preço.

06
O que eu faria no seu lugar

dar um conselho honesto, inclusive quando o conselho é não comprar de você.

07
Isto não é para você se...

filtrar cliente. Dizer para quem o serviço **não** serve dá chance de a pessoa certa se reconhecer sozinha.

08
O dia em que deu errado

mostrar como você age quando algo sai errado. Um erro contado por você chega diferente de um erro descoberto pelo cliente.

09
Opção A x Opção B

ajudar quem está travado entre duas escolhas — é o tipo de dúvida que costuma chegar no direct antes da compra.

10
Mito x verdade do meu ramo

corrigir uma crença comum sem brigar com ninguém.

11
Guia rápido: como escolher [produto/serviço]

reunir num lugar só aquilo que você explica de boca toda semana. É o tipo de post que dá para encaminhar quando alguém pergunta.

12
Cliente real, problema real

mostrar trabalho feito em vez de adjetivo. Um caso concreto dá o que olhar; um adjetivo não.

13
Utilidade pública do bairro

ser útil mesmo quando você não tem nada para vender. É o tipo de post que serve também para quem não vai comprar nada hoje.

14
Quem está atrás do balcão

dar nome e rosto a quem atende. Não garante proximidade nenhuma, mas quem nunca entrou na sua loja passa a saber com quem vai falar. Uma vez por mês, apareça.

15
A pergunta que devolve a palavra

ouvir — e, de quebra, resolver o "o que postar" da semana seguinte: a resposta vira post.

EXEMPLO PREENCHIDO · ESTRUTURA 01 · PET SHOP



2

Dar banho para "refrescar" o cachorro no calor

3

Banho demais tira a oleosidade que protege a pele

4

Molhe patas e barriga com água em temperatura ambiente

DECISÃO 4 · VOZ

A primeira linha da legenda

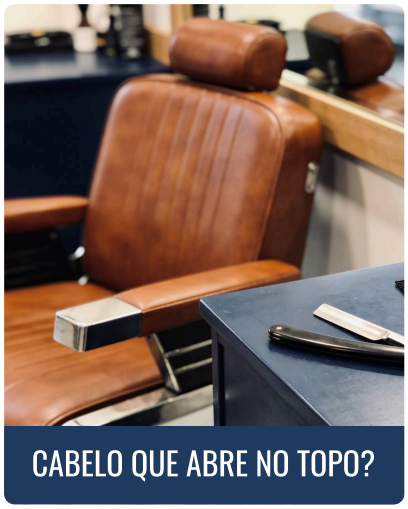
No feed, a legenda aparece cortada. Quem não toca em “mais” lê só o começo — então a primeira linha é a única que muita gente vai ler.

doceria.exemplo



doceria.exemplo Bolo de aniversário para sábado? Eu preciso saber até quinta. ... mais

barbearia.exemplo



barbearia.exemplo Se o seu cabelo abre no topo, o corte errado piora. ... mais

conserto.exemplo



conserto.exemplo Celular caiu na água? Não liga o aparelho. Sério: não liga. ... mais

As 4 regras

1. **Comece no meio da história.** “Oi, gente, tudo bem?” é aquecimento — corte.
2. **Concreto antes de abstrato.** “Chegou do 48 ao 54” diz algo; “novidades incríveis” não.
3. **Diga para quem é.** Nomear a situação dá chance de a pessoa se reconhecer.
4. **Uma informação por linha.** Vírgula demais? Corte em duas frases.

CINCO MOLDES PARA PREENCHER

[Situação específica]? [Instrução direta].

Quanto custa [serviço]? Vou te responder de verdade.

Chegou [item]. [Detalhe que responde a dúvida mais comum].

[Crença comum] quase nunca é [causa que todo mundo acha].

Antes de [ação que a pessoa vai tomar], faça isso: [ação simples].

Teste de um dedo: cubra tudo depois da primeira linha. Se ela sozinha não faz você querer tocar em “mais”, reescreva.

Mais sete aberturas, de negócios diferentes

PAPELARIA
“Traga a lista da escola no papel ou na foto. Eu separo enquanto você espera.”

MANICURE / ESMALTERIA
“Esmalte que descasca em dois dias quase nunca é culpa do esmalte.”

PET SHOP
“Aqui o cachorro seca na toalha, não na gaiola. Demora mais. É de propósito.”

OFICINA MECÂNICA
“Aquele barulho quando você freia não some sozinho.”

LANCHONETE
“Hoje tem [prato]. São 12 porções. Quando acabar, acabou.”

ATELIÊ / COSTUREIRA
“Dá para consertar. Antes de jogar fora, me manda uma foto.”

LOJA DE ROUPAS
“Chegou do 48 ao 54. Sim, das peças que estão na vitrine.”

ABERTURAS PARA APOSENTAR

~~Oi, gente! Tudo bem com vocês?~~ ~~Estamos com novidades!~~ ~~Você sabia que...?~~ ~~Mais um dia de trabalho por aqui~~ ~~Venha conferir!~~

DECISÃO 5 · PLANO

Quando “não sei o que postar”

O bloqueio quase nunca é falta de ideia. É achar que o post precisa ser especial. Precisa ser verdadeiro e útil. Todas as 20 dá para fazer com o celular que você já tem.

01
O mais pedido da semana
Foto do item + uma frase sobre por que as pessoas pedem tanto.

02
O esquecido
O produto/serviço que quase ninguém pede e é ótimo. Diga por que ele é bom e por que passa despercebido.

03
Como você escolhe
Fotografe o momento em que você escolhe o ingrediente, o tecido, a peça, o fornecedor. Conte o critério: o que faz você recusar um lote.

04
Antes de abrir
Uma foto do lugar vazio, antes do primeiro cliente. Escreva o que já foi feito ali antes de a porta destrancar.

05
A ferramenta que ninguém vê
Mostre um aparelho, utensílio ou material que o cliente não sabe que existe. Explique para que serve e o que aconteceria sem ele.

06
O pedido mais difícil
Conte um pedido complicado que você conseguiu atender — e o que o tornou difícil.

07
Resposta pública
Pegue uma dúvida real do direct (sem print, sem nome) e responda em post.

08
Horário e funcionamento
Feriado chegando, mudança de horário, fechamento para almoço. Post curto, só a informação.

09
Chegou hoje
Foto da caixa aberta, do estoque novo, da grade que voltou. Diga o tamanho, a cor, a quantidade.

10
Traduza um termo
Um termo do seu ramo explicado em três linhas, com a palavra que o cliente usa.

11
Quanto tempo leva de verdade
Contraste a expectativa ("é rapidinho") com o tempo real, e explique por quê.

12
Incluso / não incluso
Duas listas lado a lado. Evita conflito depois e responde a dúvida de preço.

13
Como cuidar depois
O pós-venda: como conservar, lavar, guardar, manter. Vale para quase todo ramo.

14
Dois produtos, uma escolha
Compare duas coisas que você mesmo vende e diga para quem serve cada uma — inclusive quando a mais barata resolve.

15
Cliente antigo
Com autorização: quem compra com você há anos e o que ele sempre pede.

16
Por que você abriu
Sua história em cinco linhas. Sem épico: o motivo real serve.

17
O que mudou em 12 meses
Máquina nova, técnica nova, horário novo, alguém novo na equipe.

18
A e B
Pergunte ao público entre duas opções reais que você está decidindo esta semana. Depois, volte e conte qual ficou.

19
O refeito
Algo que você refez hoje porque não ficou bom. Mostre o padrão, não a perfeição.

20
Cinco coisas antes de comprar
Lista do que a pessoa precisa saber ou levar antes de contratar ou comprar.

UMA IDEIA VIRA TRÊS POSTS

Quem vê o story não é necessariamente quem abre o carrossel. Não é repetição preguiçosa.



Carrossel
a explicação completa



Vídeo curto
você falando, uns 30 segundos



Story
a pergunta, com caixinha

A regra do caderninho. Uma nota fixa no celular chamada “POSTS”. Toda pergunta repetida de cliente vira uma linha ali.

Folha 1 — Minha marca em uma página

Imprima ou copie à mão. É aqui que as decisões viram registro.

NOME DO NEGÓCIO

O QUE EU VENDO, EM UMA FRASE, SEM ADJETIVO

PARA QUEM — DESCREVA UMA PESSOA, NÃO UM PÚBLICO

A GENTE SOA

A GENTE NUNCA SOA

MINHA PALETA — PINTE, COLE OU ESCREVA O CÓDIGO

Principal	Apoio	Neutro claro	Neutro escuro	Ação
#	#	#	#	#

Sem ideia? Escolha uma das 12 paletas prontas do capítulo de cor.

FONTE DE TÍTULO

Aa

FONTE DE CORPO

Aa

O QUE EU NUNCA FAÇO

DECISÃO 5 · PLANO

Folha 2 — Trinta dias de conteúdo

Um post por dia, equilibrando quatro tipos. Os dias com ★ são os que valem mais a pena se você só conseguir fazer alguns.

E Ensina B Bastidor P Produto V Prova

Dias de **Prova**: só com material real e autorizado — depoimento, foto de cliente, número verdadeiro. Sem nenhum ainda? Troque por um de **Ensina**.

1 P ★
Apresentação
post único ou carrossel de 3.
☐ feito

2 E ★
O erro mais comum
carrossel de 4 ou post com texto grande.
☐ feito

3 B ★
O preparo
foto ou vídeo curto do seu espaço antes de abrir/começar.
☐ feito

4 P ★
O carro-chefe
foto boa do item ou serviço mais vendido.
☐ feito

5 V ★
Depoimento
print da mensagem (com autorização) ou foto do cliente com o produto.
☐ feito

6 E ★
Três dicas rápidas
carrossel de 5 (capa + 3 dicas + fechamento).
☐ feito

7 B
Um dia na rotina
sequência de stories ao longo do dia (4 a 6).
☐ feito

8 P
O que tem disponível esta semana
post com lista.
☐ feito

9 E
Como escolher entre duas opções
carrossel de 4 comparando A e B.
☐ feito

10 V ★
Antes e depois
duas fotos lado a lado ou carrossel de 2.
☐ feito

11 B ★
Como tudo começou
foto sua (ou do começo do negócio) + texto na legenda.
☐ feito

12 E
Mito x verdade
carrossel de 4 (um mito por card).
☐ feito

13 P
O detalhe de perto
foto bem próxima (close) de uma parte do produto ou do serviço.
☐ feito

14 V
Cliente usando
foto ou vídeo do cliente com o que você fez (com autorização).
☐ feito

15 E ★
Passo a passo
carrossel de 5 ou 6, um passo por card.
☐ feito

16 B ★
Um erro meu
post com texto ou vídeo falando para a câmera.
☐ feito

17 P
Qual dos meus produtos escolher
carrossel comparando 2 ou 3 do que você oferece.
☐ feito

18 E
Cinco palavras do meu setor
carrossel de 6 (capa + 5 termos).
☐ feito

19 V
Um número real do meu negócio
post com o número grande no centro.
☐ feito

20 B
Quem faz acontecer
foto das suas mãos trabalhando, da equipe, ou do seu equipamento principal.
☐ feito

21 P
Como comprar, passo a passo
carrossel de 4.
☐ feito

22 E
Checklist para o cliente
carrossel ou imagem de lista para salvar.
☐ feito

23 V ★
Uma dúvida que chegou no direct
post com a pergunta grande + resposta na legenda.
☐ feito

24 B
De onde vem o que eu uso
foto do material, do fornecedor, da feira, da matéria-prima.
☐ feito

25 E
O que olhar antes de contratar
carrossel de 4.
☐ feito

26 P
Novidade ou reposição
foto do novo item, nova data, nova agenda aberta.
☐ feito

27 V
Depoimento em vídeo ou print
vídeo curto do cliente falando (com autorização) ou print.
☐ feito

28 B
O que eu aprendi este mês
post com texto ou vídeo falando para a câmera.
☐ feito

29 E
Perguntas frequentes
carrossel de 6 (capa + 5 perguntas).
☐ feito

30 P ★
Convite direto
post único, bem limpo, com o destaque da sua paleta.
☐ feito

DECISÃO 5 · PLANO

Folha 3 — Antes de publicar

Doze conferências. Marque com caneta — cerca de um minuto por post.

- [ ] **01** Li o texto inteiro em voz alta e não encontrei erro de português (ou passei em um corretor).
- [ ] **02** Encolhi a imagem no celular até ficar do tamanho de uma miniatura e ainda consigo ler o título.
- [ ] **03** A peça tem uma única ideia principal. Não tem duas mensagens brigando.
- [ ] **04** Todas as cores são as 5 da minha Folha 1. Nenhuma cor nova entrou sem eu perceber.
- [ ] **05** Usei no máximo 2 fontes, e são as mesmas da minha Folha 1 — e o corpo do texto não ficou abaixo de 42 px, como a Decisão 2 (Tipografia) pede.
- [ ] **06** O texto pequeno está na cor escura sobre fundo claro (ou o contrário) e eu conferi o contraste — mínimo 4,5:1, pelo critério da Decisão 1 (Cor).
- [ ] **07** Nenhum texto importante está colado na borda, nem escondido atrás de elementos da tela (foto de perfil, botões, barra de stories). Deixei margem de respiro em volta: no 1080×1350, os 80 px de margem da Decisão 3 (Layout); nos stories, cerca de 250 px livres em cima e em baixo.
- [ ] **08** O arquivo está na proporção certa para onde vai: feed vertical 4:5, feed quadrado 1:1, story e reels 9:16. Antes de exportar, confirme os tamanhos em pixels na Central de Ajuda do Instagram — as plataformas mudam isso de tempos em tempos.
- [ ] **09** Conferi preço, horário, endereço, telefone, prazo e link olhando na fonte original — não de cabeça.
- [ ] **10** A primeira linha da legenda faz sentido sozinha, porque é só isso que aparece antes do “mais”.
- [ ] **11** Tem uma instrução clara do que fazer agora (comentar, chamar no direct, clicar no link, ir até a loja) e eu testei que o caminho funciona.
- [ ] **12** Salvei o arquivo editável e a versão final na pasta do meu Kit, com nome e data.

Folha 4 — Meu kit pronto

O quê	Onde está (pasta, nuvem, celular)	Conferi em
Logo principal		___/___
Logo para fundo escuro		___/___
Logo em PNG transparente		___/___
Foto de perfil redonda		___/___
Os 5 códigos da paleta		___/___
As 2 fontes		___/___
Fotos boas do produto		___/___
Fotos de bastidor		___/___
Modelos prontos		___/___
Textos que eu repito (bio, respostas)		___/___

Nome de arquivo que se organiza sozinho

`AAAA-MM-DD_nome-curto_versao`

Exemplo:

`2026-03-14_carrossel-precos_v2`

Nunca: ~~final~~ ~~final2~~ ~~agora_vai~~

Pastas que se acham sozinhas

```
MINHA-MARCA/
  01-logo/
  02-fontes/
  03-paleta/
  04-fotos/
    produto/
    bastidor/
  05-modelos/
  06-textos/
  07-publicados/
```

Cópia de segurança

- [ ] Tudo em uma nuvem (Drive, OneDrive, iCloud)
- [ ] Uma segunda cópia em outro lugar
- [ ] Abri a cópia para conferir: cópia que não abre não é cópia

PARA FECHAR

O que este material resolve — e o que não resolve

RESOLVE

Tira a decisão diária do caminho. Você não escolhe mais a cor no impulso, a fonte pelo que sobrou, nem o assunto do post às onze da noite. Tem paleta, par de fontes, voz em três palavras e um mês planejado.

NÃO RESOLVE

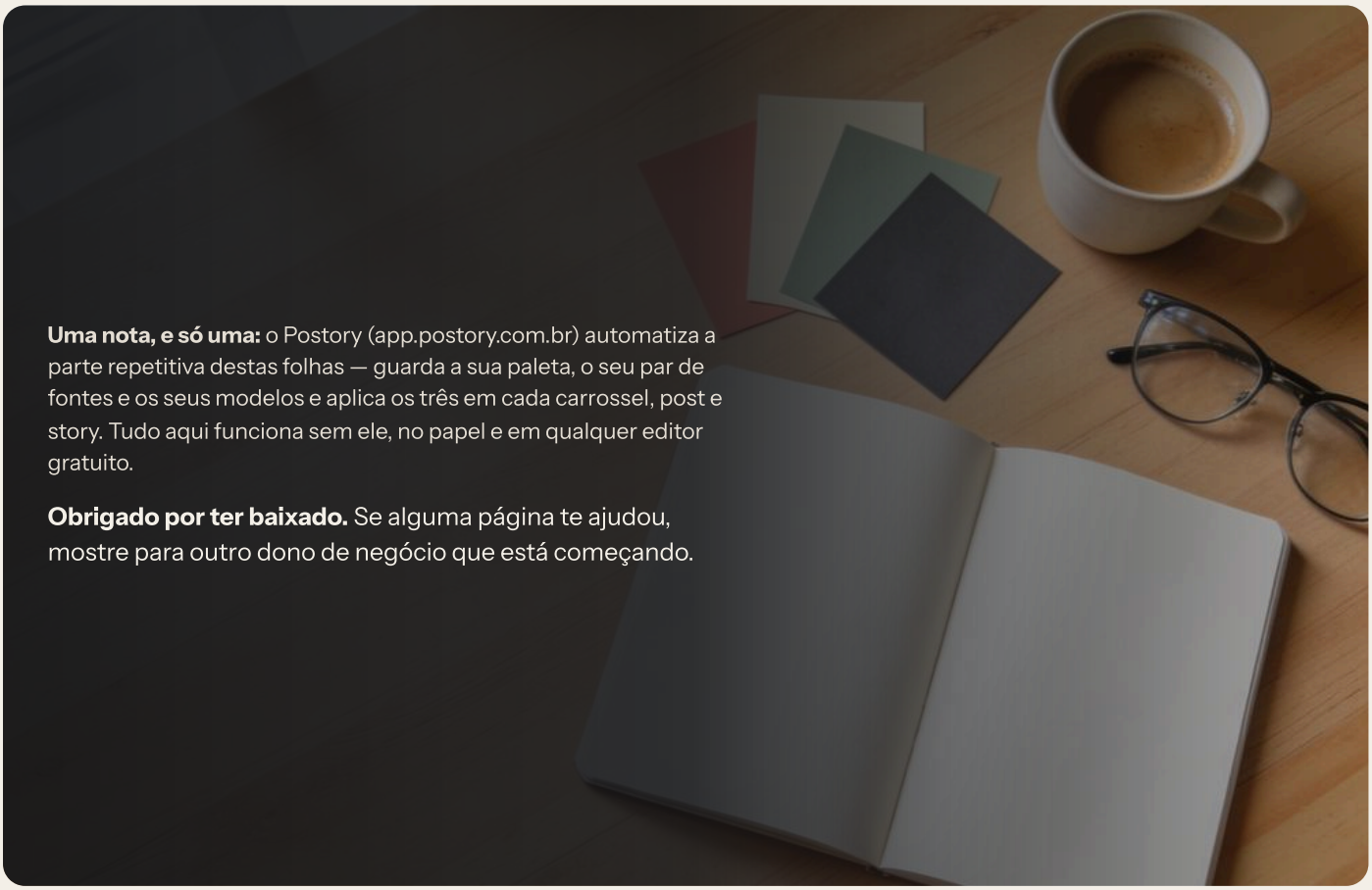
Não faz o trabalho no seu lugar. Ninguém pode prometer alcance, seguidores ou vendas — nem este material, nem ferramenta nenhuma. Também não substitui um designer: dá uma regra para seguir sozinho, não o olho de quem faz isso o dia inteiro.

Vai ter semana em que você não vai postar. Volte no dia seguinte, no mesmo ponto onde parou. Constância não é nunca falhar — é sempre voltar.

Ferramentas usadas neste manual

Ferramenta	Para quê	Custo
Canva	Montar as peças, aplicar a grade e os tamanhos	Conta gratuita basta
Google Fonts	Baixar as fontes das 10 duplas	Gratuito, uso comercial liberado
Coolors	Tirar as cores de uma foto ou da sua logo	Gratuito, sem conta
WebAIM Contrast Checker	Conferir se o texto passa de 4,5	Gratuito, sem conta
Central de Ajuda do Instagram	Conferir tamanhos e limite de hashtags vigentes	Gratuito

Interfaces conferidas em setembro de 2026. Se o nome de algum botão mudou, procure o campo equivalente.



Uma nota, e só uma: o Postory (app.postory.com.br) automatiza a parte repetitiva destas folhas — guarda a sua paleta, o seu par de fontes e os seus modelos e aplica os três em cada carrossel, post e story. Tudo aqui funciona sem ele, no papel e em qualquer editor gratuito.

Obrigado por ter baixado. Se alguma página te ajudou, mostre para outro dono de negócio que está começando.