CURSO IMPULSO DIGITAL • E-BOOK

CRIANDO CONTEÚDO QUE CONVERTE

Manualpráticopara criar artescom oCanva,organizar conteúdosvisuais, planejarposts e transformar ideias em materiais que geram atenção, engajamento e ação.



VOCÊ VAI APRENDER

- como usar o painel do Canva de forma prática
- tamanhos ideais para feed, story, reels e carrossel
- como montar conteúdos que prendem atenção
- como criar artes e vídeos com mais conversão

REALIZAÇÃO E APOIO

IMPULSO DIGITAL

INSTITUTO VITA

ALMT Assembleia Legislativa

SECITECI Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação

Governo de Mato Grosso

Instituto Vita • 2026

O que este e-book entrega

1 **Entender**
o que fazum conteúdo atrair, informar e gerar ação.

2 **Planejar**
postscomobjetivo claro, público e CTA definidos.

3 **Usar**
asprincipais ferramentas e painéis do Canva.

4 **Aplicar**
osformatos certos para feed, story, reels e carrossel.

5 **Criar**
artesevídeos mais fortes visualmente.

6 **Repetir**
umprocesso simples para ganhar velocidade e consistência.

FOCO DA OFICINA

Ensinar um processo realista: escolher o formato certo, montar uma estrutura visual clara, escrever uma mensagem objetiva e finalizar a peça ou vídeo com mais potencial de conversão.

O que faz um conteúdo converter?

Gancho
algo que pare o olhar nos primeiros segundos.

Clareza
uma mensagem principal por peça.

Relevância
falar com a dor, desejo ou dúvida do público.

Prova
mostrar exemplo, benefício ou resultado.

Design
hierarquia visual, contraste e leitura fácil.

CTA
convite claro para salvar, comentar, clicar ou participar.

FÓRMULA SIMPLES

Gancho + mensagem central + benefício + prova + CTA. Quando a arte ou o vídeo respeita essa lógica, a chance de retenção e resposta aumenta.

Tamanhos e formatos principais

Para publicação, trabalhe sempre com uma base consistente. Para esta oficina, vamos destacar o formato de post vertical e os tamanhos mais usados nas redes.

POST VERTICAL

1030 x 1350 px

Formato daoficina
Excelente para feed com leitura forte.

RECOMENDADO IG

1080 x 1350 px

Padrão maiscomum
Mantém ótima presença no feed.

STORY

1080 x 1920 px

Telacheia vertical
Ótimo para interação e bastidores.

REELS

1080 x 1920 px

Vídeovertical
Use capa forte e ritmo rápido.

CARROSSEL

1080 x 1350 px

Todos os slidesno mesmo tamanho
Ideal para educar e prender atenção.

Dica prática: defina um modelo-base no Canva para cada formato. Isso acelera a produção e ajuda a manter consistência.

Antes de abrir o Canva

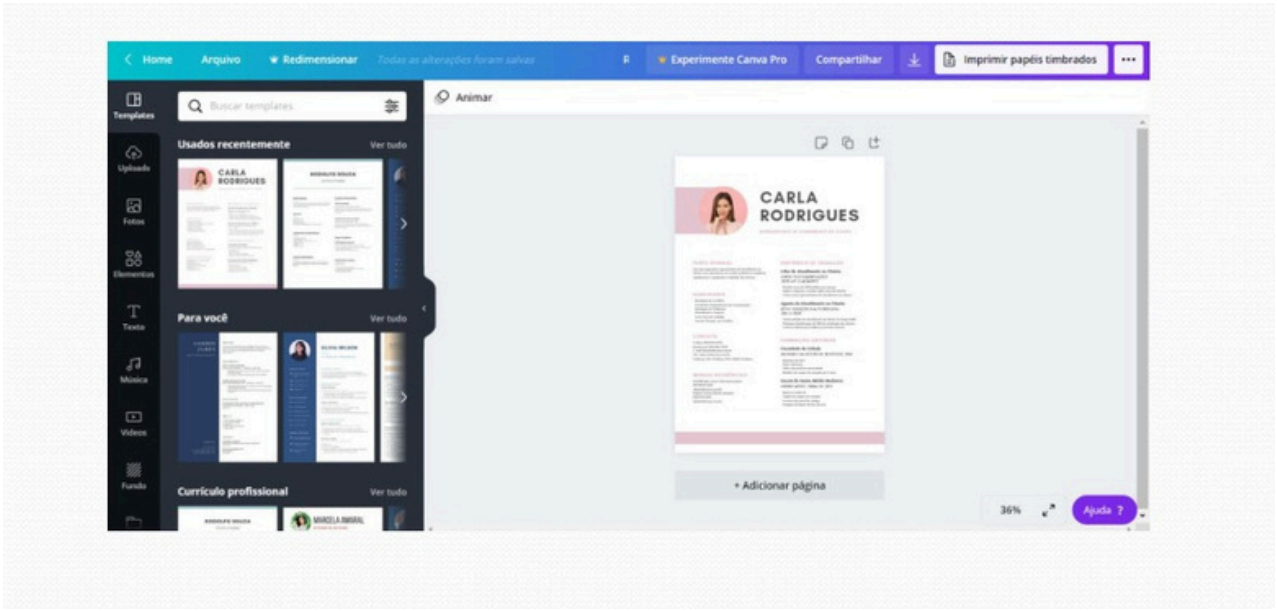
1. **Objetivo** — O que essa peça precisa gerar: atenção, inscrição, clique, salvamento ou resposta?
2. **Público** — Para quem você está falando? Qual a linguagem e o nível de informação?
3. **Mensagem** — Qual é a ideia central? Evite misturar muitos assuntos na mesma arte.
4. **Oferta de valor** — Que benefício, solução ou transformação será percebido?
5. **Formato** — Feed, story, reels, carrossel ou vídeo curto?
6. **CTA** — Que ação você espera: comentar, chamar no direct, salvar, compartilhar?

LEMBRETE

Conteúdo bonito sem estratégia chama atenção; conteúdo bonito com objetivo gera resultado.

Canva: painel principal

Ao escolher um formato, o Canva abre o painel de edição. Nele você combina templates, elementos, textos, imagens, vídeos e páginas do projeto.



IDEIA-CHAVE **No Canva, sua velocidade aumenta quando você cria a partir de uma estrutura e**

Canva: barra lateral e organização



O QUE VOCÊ ENCONTRA

- Templates e modelos para acelerar a criação.
- Painel lateral com acesso a fotos, elementos, textos e vídeos.
- Configuração do documento, páginas, cor e tamanho.
- Área central para montar a peça e testar combinações.
- Barra superior para nomear, compartilhar e exportar.

Templates e design



COMO USAR SEM FICAR GENÉRICO

- Escolha um modelo pela estrutura, não pela estética pronta.
- Troque cores, fontes e imagens para adequar à sua marca.
- Remova excessos visuais e mantenha uma única mensagem principal.
- Crie sua própria versão e salve como modelo interno.

REGRA PRÁTICA
Template é ponto de partida. Personalização é o que transforma o conteúdo em algo que realmente converte.

Uploads e fotos



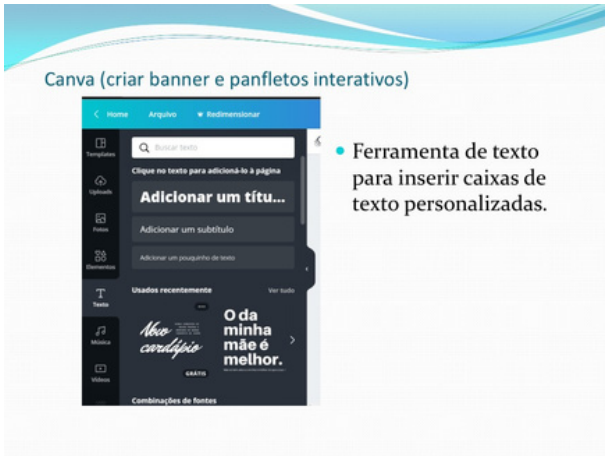


BOAS PRÁTICAS

- Use uploads para inserir logo, fotos autorais, mockups e imagens institucionais.
- Prefira fotos com boa luz, enquadramento limpo e coerência com o tema.
- Mantenha um pequeno banco de imagens organizadas por projeto ou campanha.
- Evite exagerar no uso de bancos genéricos quando você tiver imagens reais.

Elementos e texto

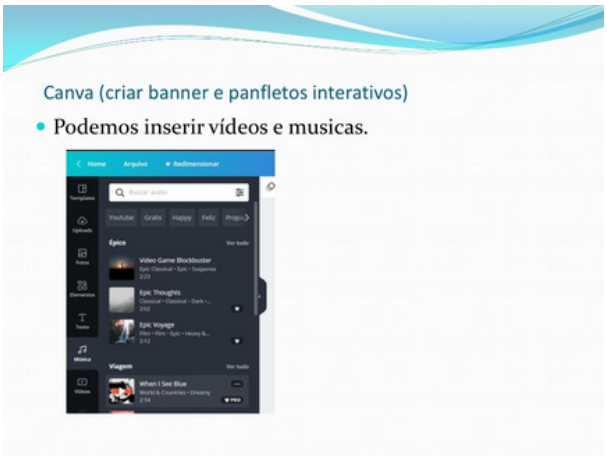




REGRAS DE DESIGN QUE AJUDAM NA CONVERSÃO

- Use no máximo 2 famílias de fontes principais.
- Mantenha contraste entre fundo e texto.
- Não sobrecarregue a peça com muitos ícones, molduras e efeitos.
- Crie hierarquia: título forte, apoio curto e CTA visível.
- Use elementos para reforçar a leitura, não para distrair.

Vídeos, música e animação



FLUXO BÁSICO

- Escolha o formato vertical 1080 x 1920 para story ou reels.
- Crie uma abertura que prenda atenção nos 2 primeiros segundos.
- Use pouco texto por cena e destaque visual forte.
- Insira vídeo, transição leve, música e CTA final.
- Exporte em MP4 e revise no celular antes de publicar.

VÍDEO QUE CONVERTE

Vídeo curto não precisa ser complexo. Ele precisa ter ritmo, propósito, leitura rápida e um encerramento com direcionamento claro.

Exemplo prático 1: post vertical



PASSO A PASSO

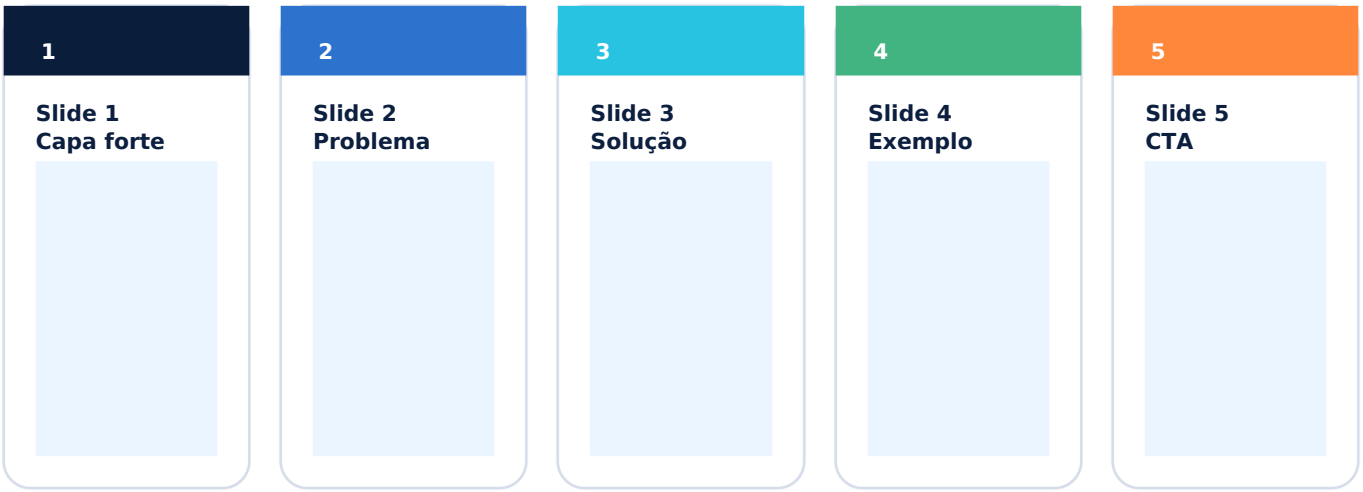
- Criar design no formato 1030 x 1350 ou 1080 x 1350.
- Escolher uma cor principal, 1 cor de apoio e 2 fontes.
- Definir um título que chama atenção e é compreendido rápido.
- Adicionar uma imagem ou forma de apoio.
- Inserir CTA simples: salve, compartilhe ou participe.

QUANDO USAR

Esse formato é ótimo para conteúdo educativo, aviso de oficina, convite para evento, dica rápida e divulgação institucional com alto aproveitamento visual no feed.

Exemplo prático 2: carrossel

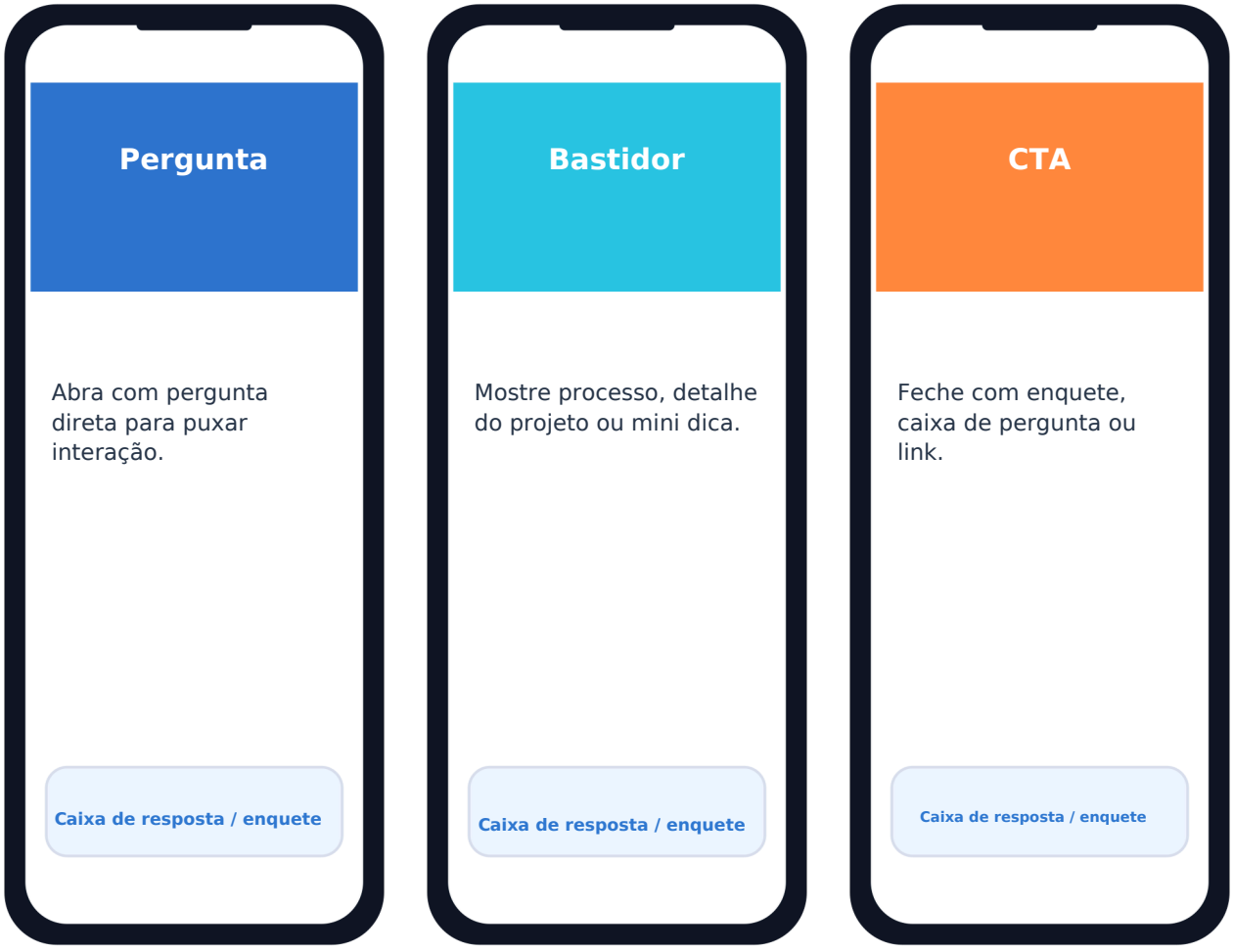
Estrutura sugerida de 5 slides



SEQUÊNCIA QUE FUNCIONA

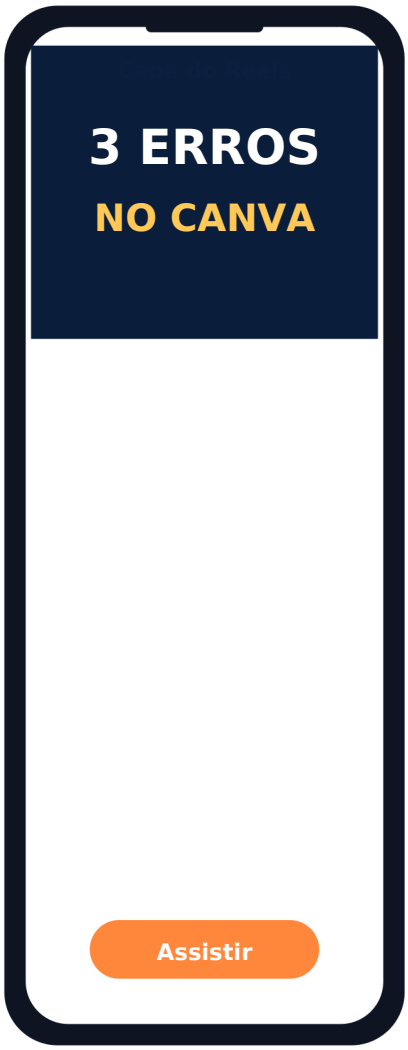
- Slide 1: gancho ou promessa do conteúdo.
- Slide 2: explique a dor, dúvida ou contexto.
- Slide 3: entregue a informação principal.
- Slide 4: mostre exemplo, passo ou prova.
- Slide 5: finalize com CTA para salvar, compartilhar ou falar no direct.

Exemplo prático 3: stories



O QUE AJUDA NO STORY
Objetividade, contraste alto, pouco texto por tela e interação direta. Stories funcionam muito bem para bastidores, lembretes, prova social e aquecimento para posts e reels.

Exemplo prático 4: reels



MINI STORYBOARD

0-2s	3-7s	8-12s	13-15s
gancho visual	dica rápida	passo prático	CTA

DICAS PARA REELS

- Use capa forte com texto grande e legível.
- Fale de uma única ideia por vídeo.
- Combine vídeo + texto curto na tela.
- Mantenha o ritmo e finalize com CTA.

Texto que acompanha a arte também converte

GANCHO	Comece com uma frase que desperta curiosidade, dor ou promessa.
DESENVOLVIMENTO	Entregue a dica ou explique o ponto central.
BENEFÍCIO	Mostre por que aquilo importa para o público.
PROVA	Use exemplo, dado, antes/depois ou caso real.
CTA	Convide a salvar, comentar, compartilhar ou se inscrever.

MODELO RÁPIDO DE LEGENDA

“Quer melhorar seus conteúdos no Canva? Neste post, separamos 5 dicas práticas para deixar suas artes mais claras, bonitas e estratégicas. Salve para usar na próxima criação e compartilhe com alguém que também produz conteúdo.”

Princípios de design que ajudam na conversão

Hierarquia
O olho precisa saber por onde começar.

Contraste
Destaque títulos, botões e chamadas.

Respiro
Deixe espaço para o conteúdo respirar.

Consistência
Repita cores, fontes e estilos.

Alinhamento
Organização transmite profissionalismo.

Simplicidade
Menos ruído, mais clareza.

ERRO COMUM

Tentar colocar tudo em uma única arte: muita informação, muitas fontes, muitas cores, muitos efeitos e nenhum foco. Conteúdo que converte geralmente é mais simples do que parece.

DICA

Se necessário, transforme um único post em carrossel ou sequência de stories. Assim, você mantém a mensagem organizada.

Apps que ajudam a complementar a criação

Canva
criar artes, capas, stories, carrosséis e vídeos.

CapCut
editar vídeo curto, inserir legendas e ajustar ritmo.

InShot
edição simples de vídeo no celular.

VN
edição com mais controle de trilha e cenas.

Lightroom Mobile
ajustar cor, luz e aparência das fotos.

Meta Business Suite
programar e acompanhar publicações.

Use poucos apps, mas use bem: um para criar, um para editar vídeo e um para organizar publicação já resolve grande parte da rotina.

Checklist de publicação

- [ ] O conteúdo tem um objetivo claro?
- [ ] O formato escolhido faz sentido para a mensagem?
- [ ] A capa ou primeira tela prende atenção?
- [ ] Existe boa leitura no celular?
- [ ] As cores e fontes estão consistentes com a marca?
- [ ] A mensagem principal está clara?
- [ ] Há um benefício perceptível para o público?
- [ ] O CTA está visível e objetivo?
- [ ] A exportação foi revisada antes de publicar?
- [ ] O conteúdo merece ser salvo, compartilhado ou respondido?

ANTES DE POSTAR

Revise no celular, confirme a ortografia, verifique se o CTA está claro e pergunte: esta peça realmente ajuda alguém ou convida à ação?

Plano simples para continuar criando

1	**1 vez por semana**	defina temas e objetivos dos conteúdos.
2	**1 biblioteca visual**	organize logo, paleta, fotos e modelos.
3	**1 modelo por formato**	feed, carrossel, story e reels.
4	**1 rotina de revisão**	ajuste leitura, CTA e coerência visual.
5	**1 ciclo de melhoria**	observe o que teve mais resposta e refine.

ATIVIDADE FINAL

Crie um post vertical, um story e uma capa de reels usando a mesma identidade visual. Depois compare: o conteúdo está claro? A linguagem é coerente? O CTA aparece? Essa prática resume o processo ensinado no e-book.

MENSAGEM FINAL **Conteúdo que converte é o encontro entre estratégia, clareza, design e co**