

Guia de Roteiros para Reels que *Vendem*.

O método que usamos todos os dias para escrever roteiros que prendem atenção nos primeiros 3 segundos — com estruturas prontas, ganchos testados e exemplos reais por nicho.

Este guia existe para ser *usado*, não lido.

Você provavelmente já sabe gravar um vídeo. O que ninguém te entregou até agora foi o que dizer, em que ordem, e por quê. É exatamente isso que está nas próximas páginas.

Tudo aqui nasceu da prática: são as mesmas estruturas que o fergstudio usa com clientes que pagam contratos anuais para ter conteúdo produzido. Não é teoria de curso — é bancada de produção.

Como aproveitar ao máximo

- 1** Leia as partes 1 e 2 uma única vez. Elas são o fundamento — depois disso, você nunca mais escreve roteiro "no escuro".
- 2** As partes 3, 4 e 5 são material de consulta. Volte nelas toda semana, na hora de planejar. É ali que estão os ganchos, as estruturas e os exemplos.
- 3** Grave o primeiro vídeo ainda esta semana. Um roteiro razoável gravado vale mais que um roteiro perfeito no rascunho.

SEUS BÔNUS

Junto com este guia você recebeu **3 aulas em vídeo** (disponíveis na sua área de membros) e o **pack com 10 prompts prontos** para gerar variações de roteiro no seu nicho usando inteligência artificial. Use os prompts depois de ler a parte 2 — eles multiplicam o método, não o substituem.

01

Os 3 segundos que *decidem* tudo.

Por que a maioria dos vídeos morre antes de começar — e o que o algoritmo realmente mede.

Ninguém decide assistir. As pessoas decidem *não sair*.

Um Reel não compete com outros vídeos do seu nicho. Ele compete com o movimento do polegar — o gesto mais treinado do planeta.

Quando o seu vídeo aparece na tela de alguém, essa pessoa não pensa "vou assistir isso". Ela pensa, em fração de segundo e sem palavras: *isso me interessa ou eu passo?* Os primeiros 3 segundos existem para responder essa pergunta antes que o polegar responda por ela.

É por isso que vídeos tecnicamente impecáveis morrem com 200 visualizações, enquanto vídeos gravados no consultório, sem produção nenhuma, passam de 100 mil. A diferença quase nunca está na câmera. Está na primeira frase.

O que a plataforma mede (e recompensa)

O algoritmo do Instagram e do YouTube não avalia qualidade — avalia comportamento. Três sinais mandam mais que todos os outros:

1 Retenção — quantos segundos as pessoas ficam. É o sinal mais forte. Um vídeo de 20 segundos assistido inteiro vale mais que um de 60 abandonado na metade.

2 Reassistidas — quando alguém vê de novo, a plataforma entende: isso prende. Vídeos curtos e densos geram loop natural.

3 Ações — salvar, compartilhar e comentar pesam mais que curtir. Conteúdo útil é salvo; conteúdo surpreendente é compartilhado.

O roteiro não é o texto do vídeo. O roteiro é a engenharia dos motivos para a pessoa ficar.

Os 4 erros que matam o vídeo *antes* do gancho.

- 1 Começar se apresentando.** "Oi, gente, eu sou a Dra. Fulana e hoje eu vim falar sobre..." — quando você termina essa frase, metade da audiência já foi embora. Ninguém fica para descobrir quem você é; as pessoas ficam quando o assunto é sobre *elas*. A autoridade aparece no conteúdo, não no crachá.
- 2 Contextualizar antes de interessar.** "Antes de explicar, deixa eu contar por que esse tema é importante..." Contexto é privilégio de quem já prendeu atenção. Primeiro o anzol, depois a linha.
- 3 Prometer sem tensão.** "Dicas de skincare para o verão" informa, mas não provoca. Compare com: "O protetor solar que você usa todo dia pode estar anulando o seu tratamento." A informação é parecida — a tensão é outra.
- 4 Falar para todo mundo.** Quanto mais genérico o início, mais invisível o vídeo. "Você que é empresária e vive adiando a ida ao médico" seleciona uma pessoa na multidão — e essa pessoa para.

TESTE RÁPIDO

Pegue seu último Reel e ouça apenas os 3 primeiros segundos. Pergunte: **uma desconhecida com pressa pararia aqui?** Se a resposta for "talvez", a resposta é não.

Nas próximas páginas, você vai montar o vídeo ao contrário do que a maioria faz: começando pelo motivo de ficar, e não pelo assunto.

02

A anatomia do roteiro que *vende*.

Os 4 blocos de todo vídeo que prende, convence e converte — com tempos, funções e exemplos.

Quatro blocos. Sempre os *mesmos* quatro.

Todo roteiro do fergstudio — de Reel de 15 segundos a vídeo longo de YouTube — é construído sobre a mesma espinha: **Gancho, Tensão, Virada e Direção.**

BLOCO	TEMPO (REEL DE ~30S)	FUNÇÃO
Gancho	0–3s	Impedir o scroll. Selecionar a pessoa certa.
Tensão	3–10s	Aprofundar o problema. Fazer doer (com elegância).
Virada	10–25s	Entregar a informação que muda a leitura.
Direção	25–30s	Dizer o próximo passo. Um só.

Bloco 1 — Gancho (0 a 3 segundos)

Uma frase. No máximo duas. Ela precisa fazer uma destas quatro coisas: **desafiar uma crença** ("isso que te ensinaram está errado"), **selecionar a audiência** ("se você é advogada e posta todo dia sem retorno..."), **abrir um vão de curiosidade** ("existe um detalhe no seu contrato que quase ninguém lê") ou **tocar uma dor reconhecível** ("você grava, edita, posta — e nada acontece").

Bloco 2 — Tensão (3 a 10 segundos)

Aqui você mostra que entende o problema melhor do que a própria pessoa. Descreva a situação dela com detalhes que ela reconheça: "Você olha o perfil da concorrente, que explica pior que você, e não entende por que ela lota a agenda." Quando a pessoa pensa "*é exatamente isso*", ela está presa até o fim.

Bloco 3 — Virada (10 a 25 segundos)

É o coração do vídeo: a informação, o reposicionamento ou o método que muda a forma como a pessoa enxerga o problema. Três regras mantêm a virada forte:

- 1 Uma ideia só.** O vídeo que ensina três coisas não ensina nenhuma. Guarde as outras duas — são os próximos Reels.
- 2 Concreto vence abstrato.** "Poste com consistência" é ar. "Três vídeos por semana, no mesmo horário, durante oito semanas" é chão.
- 3 Mostre o mecanismo.** Não diga só o quê — diga o porquê em uma frase. Quem entende o mecanismo confia em quem explicou.

Bloco 4 — Direção (últimos 5 segundos)

Um vídeo sem direção termina em "ah, legal". Um vídeo com direção termina em ação. A regra de ouro: **um único pedido por vídeo.** "Salva esse vídeo pra semana que vem" ou "me conta nos comentários se isso já aconteceu com você" ou "me chama no direct que eu te explico o seu caso". Nunca os três juntos.

O DETALHE QUE SEPARA AMADOR DE AUTORIDADE

A Direção não precisa vender. Nos vídeos de autoridade, o pedido é engajamento (salvar, comentar). Nos vídeos de conversão — um a cada quatro ou cinco — o pedido é contato. Quem vende em todo vídeo não vende em nenhum: a audiência aprende a pular.

Escreva o roteiro nesta ordem: primeiro a Virada, depois o Gancho, depois a Tensão, e a Direção por último. Você sempre sabe o que quer ensinar antes de saber como vai prender.

03

12 ganchos *testados*.

Fórmulas de abertura que usamos em produção real — com exemplos prontos para adaptar ao seu nicho.

Ganchos de *quebra* e de *seleção*.

1 A quebra de mito. "Tudo o que te falaram sobre [tema] está incompleto — e é isso que está te custando caro."

Ex.: "Postar todo dia não faz seu perfil crescer. E eu vou te mostrar o que faz."

2 O erro invisível. "Você provavelmente está cometendo esse erro agora — e nem percebe."

Ex.: "Tem um erro na sua bio que afasta cliente antes mesmo do primeiro contato."

3 A seleção direta. "Se você é [profissão] e [situação específica], esse vídeo é seu."

Ex.: "Se você é advogada e sente que o Instagram não combina com a sua profissão, fica comigo 30 segundos."

4 O contraste incômodo. "[Pessoa comum] consegue [resultado]. Você, que é [mais qualificada], não. Por quê?"

Ex.: "Tem gente com metade da sua experiência lotando a agenda pelo Instagram. A diferença não é competência."

5 A pergunta que ela já se fez. Formule em voz alta a dúvida que o seu público digita no Google às 23h.

Ex.: "Quanto tempo demora pra um perfil profissional começar a dar retorno de verdade?"

6 O bastidor. "O que ninguém mostra sobre [tema/profissão]."

Ex.: "Deixa eu te mostrar o que acontece antes de um Reel 'espontâneo' ir ao ar."

Ganchos de *curiosidade* e de *história*.

7 O detalhe específico. Números e detalhes concretos criam credibilidade instantânea.

Ex.: "Existem 15 pontos que separam um perfil amador de um perfil que fecha cliente. Esse aqui é o mais ignorado."

8 O antes da virada. Comece a história pelo momento de tensão, nunca pelo início.

Ex.: "Ela estava pronta pra desistir do consultório próprio. Aí uma coisa mudou."

9 A confissão. Admitir um erro próprio desarma e aproxima.

Ex.: "Eu passei dois anos produzindo conteúdo do jeito errado. Esse vídeo é o que eu queria ter ouvido antes."

10 O 'pare de fazer isso'. A ordem negativa interrompe o padrão com mais força que a dica positiva.

Ex.: "Para de terminar seus vídeos pedindo like. Tem um pedido que vale dez vezes mais."

11 A janela de tempo. Urgência honesta, ligada a contexto real (mudança de algoritmo, época do ano, prazo legal).

Ex.: "O Instagram mudou o que impulsiona vídeo curto — e quem se adaptar primeiro leva a audiência de quem não se adaptou."

12 A comparação inesperada. Aproximar duas coisas distantes gera o "hein?" que segura o dedo.

Ex.: "Seu Instagram é a sala de espera do seu consultório. E ela está com as luzes apagadas."

COMO USAR ESTA LISTA

No planejamento da semana, escolha o tema primeiro (a Virada) e depois teste-o em 3 ganchos diferentes desta lista. Grave com o que soar mais natural na sua boca — gancho bom no papel e travado na fala é gancho ruim.

04

5 estruturas *prontas.*

Templates completos de roteiro — é só preencher com o seu tema e gravar.

Estrutura 1 — A Quebra de Mito

Use para: posicionamento e autoridade. O formato que mais gera compartilhamento.

- **Gancho:** "Você aprendeu que [crença comum]. Isso está custando [consequência]."
- **Tensão:** "Faz sentido você acreditar nisso — todo mundo repete. O problema é o que acontece na prática: [efeito real]."
- **Virada:** "O que realmente funciona é [sua tese] — porque [mecanismo em uma frase]."
- **Direção:** "Compartilha esse vídeo com alguém que ainda acredita em [mito]."

Estrutura 2 — O Erro Comum

Use para: conteúdo salvável. O formato que mais gera salvamentos e retorno ao perfil.

- **Gancho:** "Tem um erro que quase toda [profissional do nicho] comete em [contexto] — e ele é invisível."
- **Tensão:** "Você faz [comportamento comum] achando que está certo. E aí [consequência silenciosa]."
- **Virada:** "A correção é simples: [ajuste concreto]. O motivo: [mecanismo]."
- **Direção:** "Salva esse vídeo e confere o seu [contexto] ainda hoje."

Estrutura 3 — O Bastidor

Use para: conexão e humanização. O formato que transforma seguidor em audiência fiel.

- **Gancho:** "Deixa eu te mostrar o que ninguém posta sobre [sua rotina/processo]."
- **Tensão:** "De fora, parece [percepção idealizada]. Por dentro, é [realidade honesta]."
- **Virada:** "E é exatamente [elemento do bastidor] que garante [valor entregue ao cliente]."
- **Direção:** "Me conta nos comentários: você imaginava que era assim?"

Estrutura 4 — A Pergunta da Audiência

Use para: conteúdo educativo constante. O formato mais fácil de produzir em série.

- **Gancho:** "[Pergunta real, entre aspas, do jeito que perguntam]" — essa é a dúvida que mais chega aqui."
- **Tensão:** "E a resposta curta que circula por aí ('[resposta rasa]') deixa de fora o que mais importa."
- **Virada:** "A resposta completa: [explicação em 2 a 3 frases, com o porquê]."
- **Direção:** "Ficou com outra dúvida? Deixa nos comentários que ela pode virar o próximo vídeo."

Estrutura 5 — A Jornada (com compliance)

Use para: prova social elegante — sem promessa de resultado e sem expor cliente.

- **Gancho:** "Toda [profissional do nicho] que chega até mim tem a mesma sensação: [dor estrutural]."
- **Tensão:** "Não é falta de competência. É que [reposicionamento do problema]."
- **Virada:** "O caminho que funciona passa por [processo/método em 3 passos curtos] — sempre respeitando o tempo e o caso de cada pessoa."
- **Direção:** "Se você se reconheceu, me chama no direct que eu te explico como funciona no seu caso."

REGRA DO ESTÚDIO

Semana ideal com 3 vídeos: **um educativo** (Estruturas 2 ou 4), **um de posicionamento** (Estrutura 1) e **um de conexão ou conversão** (Estruturas 3 ou 5). Essa rotação constrói autoridade sem saturar a audiência com venda.

05

Exemplos reais, *por nicho*.

Três roteiros completos, palavra por palavra, com direção de gravação — prontos para adaptar.

Nicho: *medicina* (estética e consultório).

Estrutura 2 (Erro Comum), ~30 segundos. Observe: informação educativa, sem promessa de resultado, sem citar procedimento específico como solução garantida.

ROTEIRO NA ÍNTEGRA

[0–3s] "Tem um hábito que sabota o seu cuidado com a pele — e ele acontece antes de você sair de casa." *(olhando direto para a câmera, meio corpo, luz de janela)*

[3–10s] "Você investe em produto, segue a rotina direitinho... e aplica tudo em menos de um minuto, correndo, antes da pele absorver o passo anterior." *(corte para B-roll: mãos aplicando produto na bancada)*

[10–25s] "Cada ativo tem um tempo de absorção. Quando você sobrepõe tudo de uma vez, um produto pode interferir no outro — e o resultado que você espera simplesmente não aparece. Um intervalo curto entre os passos já muda a forma como a sua pele responde." *(voltar para câmera; texto na tela: "intervalo entre os passos")*

[25–30s] "Salva esse vídeo e testa na sua rotina de amanhã. Cada pele é única — no consultório, a gente avalia o que faz sentido pro seu caso." *(sorriso leve, corte seco)*

POR QUE ESTE ROTEIRO É SEGURO (CFM)

Ele educa sobre um princípio geral, não promete resultado, não indica produto ou procedimento específico e fecha reforçando a avaliação individual. Autoridade construída dentro da regra.

Nicho: *advocacia.*

Estrutura 4 (Pergunta da Audiência), ~30 segundos. Observe: caráter informativo, sem captação direta de clientela, sem promessa de êxito.

ROTEIRO NA ÍNTEGRA

[0–3s] "Assinei sem ler. E agora?" — se eu ganhasse um real por cada vez que ouço isso..."
(*tom leve, sentada à mesa do escritório*)

[3–10s] "A maioria das pessoas acha que assinatura é só formalidade. Até o dia em que uma cláusula que ela nunca leu decide uma situação importante da vida dela." (*B-roll: folhear contrato, close na caneta*)

[10–25s] "Três pontos merecem a sua atenção antes de qualquer assinatura: o que acontece se você quiser sair do contrato, quais multas existem, e quem resolve em caso de conflito. Só essas três respostas já mudam completamente a sua posição." (*texto na tela numerando: 1 saída · 2 multas · 3 conflito*)

[25–30s] "Salva esse vídeo pra próxima vez que colocarem um papel na sua frente. Informação é a melhor cláusula." (*pausa, sorriso contido*)

POR QUE ESTE ROTEIRO É SEGURO (OAB)

Conteúdo informativo e educacional, sem oferta de serviço, sem "me contrate", sem promessa de resultado. O provimento da OAB permite educar — o que ele veda é mercantilizar e captar. A Direção pede salvamento, não contratação.

Nicho: *especialista* (consultoria, arquitetura, nutrição...).

Estrutura 1 (Quebra de Mito), ~30 segundos. Adapte a crença e a tese para a sua área.

ROTEIRO NA ÍNTEGRA

[0–3s] "Trabalhar bem não é suficiente pra ser lembrada. E aceitar isso muda o seu negócio." *(caminhando em direção à câmera, ambiente de trabalho ao fundo)*

[3–10s] "Você entrega um trabalho impecável, a cliente ama... e três meses depois indica outra profissional. Não por qualidade — por memória. Quem não é vista, não é lembrada." *(parar, meio corpo)*

[10–25s] "Autoridade não é consequência automática de competência. É competência comunicada com constância. Um conteúdo por semana mostrando como você pensa já te coloca na cabeça da cliente no momento da decisão." *(texto na tela: "competência comunicada")*

[25–30s] "Me conta nos comentários: qual foi a última vez que a sua audiência viu como você trabalha?" *(inclinar levemente, corte)*

Os três roteiros têm menos de 90 palavras cada. Roteiro de Reel bom cabe num post-it — o que não cabe é gordura.

06

Do papel para a *câmera*.

Como gravar o roteiro sem parecer que está lendo — e as marcações que facilitam a edição.

Naturalidade é *técnica*, não dom.

- 1 Decore ideias, não frases.** Leia o roteiro 3 vezes em voz alta, feche o papel e grave falando os 4 blocos com as suas palavras. Se travar, volta só naquele bloco — cada bloco é um take independente, a edição une tudo.
- 2 Grave dois takes de emoção.** Um mais sério, um mais leve. Na edição (sua ou de quem edita pra você), o melhor tom de cada trecho vence. É o método que usamos em produção com clientes.
- 3 O gancho merece 5 tentativas.** É a frase mais importante do vídeo — grave até uma versão sair com energia de conversa, não de leitura.
- 4 Corte a respiração de entrada.** O vídeo deve começar já na primeira palavra. Aquele meio segundo de inspiração antes de falar custa retenção.
- 5 Legendas sempre.** A maioria assiste sem som nos primeiros segundos. Sem legenda, seu gancho é mudo.

Marcações que facilitam a edição

Ao escrever seus roteiros, use as mesmas marcações deste guia: **[tempo]** para os blocos, **(direção)** para enquadramento e ação, *texto na tela* para reforços visuais e **B-roll** para imagens de apoio. Um roteiro bem marcado corta o tempo de edição pela metade — e se um dia você delegar a edição, o editor te agradece.

CHECKLIST ANTES DE PUBLICAR

Gancho falado em até 3s · legenda ativa · uma ideia só · um pedido só · vídeo em 9:16
· primeira moldura (capa) legível no feed. Seis itens, trinta segundos de conferência.

07

O que *nunca* fazer.

Compliance para médicas e advogadas: crescer com autoridade sem risco com o conselho.

Autoridade que *respeita* a regra vale o dobro.

As restrições do seu conselho não são obstáculo ao crescimento — são filtro. Quem cresce dentro delas constrói uma reputação que ninguém derruba com denúncia.

Se você é médica (CFM)

Evite sempre: **promessa ou garantia de resultado** ("elimine", "definitivo", "sem dor garantida"), **antes e depois sem autorização e fora das regras vigentes, diagnóstico pela internet** (responder caso individual nos comentários), **sensacionalismo** e autopromoção com superioridade ("a melhor da região", "a única técnica que funciona"). O caminho seguro: educar sobre princípios, explicar como você avalia, e sempre devolver a decisão para a consulta individual.

Se você é advogada (OAB)

Evite sempre: **captação direta de clientela** ("me chama que eu resolvo seu caso", anúncios oferecendo serviço para caso concreto), **promessa de êxito** ("garanto sua vitória", "você vai receber"), **mercantilização** (preço, promoção, desconto de honorários em conteúdo) e uso de casos reais identificáveis. O caminho seguro: conteúdo informativo e educacional — a pessoa entende o direito dela e escolhe procurar você por autoridade, não por oferta.

O TESTE DAS DUAS PERGUNTAS

Antes de publicar, pergunte: **(1)** este vídeo promete algo que depende de fatores fora do meu controle? **(2)** este vídeo oferece serviço em vez de oferecer conhecimento? Se qualquer resposta for sim, reescreva a frase — quase sempre é uma frase só que precisa mudar.

Na dúvida sobre um tema específico, vale consultar as normas atualizadas do seu conselho ou a assessoria da sua entidade de classe — as regras de publicidade passam por revisões e a versão vigente é a que conta.

E AGORA?

O método está na sua mão. O próximo Reel é *seu*.

Escolha um tema, uma estrutura da parte 4 e um gancho da parte 3. Escreva em 15 minutos, grave hoje. Depois assista às 3 aulas bônus da sua área de membros e use os 10 prompts prontos para nunca mais travar no planejamento.

E quando chegar o dia em que produzir deixar de fazer sentido pra você — porque a agenda encheu — a gente assume a produção. É o que fazemos todos os dias.

@fergstudio · fergstudio.com