



# Como estruturar um bom roteiro para seus vídeos nos canais digitais

Ana Elisa Moreira-Ferreira  
Diretora Executiva da Univoz  
Fga. Ma. Coach e Consultora em Comunicação Humana

Foto Freepik

**Q**uando o assunto é a escrita de textos para blogs, redes e sites, há uma série de técnicas necessárias para elaborar um bom conteúdo. Eles serão lidos por um terceiro e as regras de nossa Língua, desde a ortografia até a pontuação, passando pelo vocabulário, estrutura lógica, estilo de escrita, etc, precisam ser respeitadas. Mas e quando o roteiro a ser produzido servirá de base para uma Live ou vídeo gravado para os canais digitais? A forma de escrita é a mesma?

A resposta é “não”. Ter um roteiro escrito é um ótimo apoio para que seu material, seja ele gravado ou veiculado ao vivo, tenha uma mensagem clara, completa e coesa, atingindo melhor seus seguidores. Mas o roteiro construído como base para gravações de vídeo será bem diferente, pois se trata de um texto escrito para ser lido em voz alta, devendo parecer natural, como uma fala espontânea. A redação para essa situação apresenta diferenças, já que vídeos necessitam de mais naturalidade, emoção e personalidade.

O texto precisa ajudar nessa tarefa. Nas mentorias de gravação de vídeo que fazemos para blogueiros, Youtubers e profissionais que estão divulgando seus produtos e serviços nas redes, muitas vezes recebemos material pronto com textos “duros”, distantes do público alvo, muito formais e rígidos, que até serviriam para uma publicação escrita, mas nunca como apoio para gravação de vídeos.

Então, se você chegou até aqui buscando respostas e ensinamentos para não errar na hora de colocar suas ideias no papel e elaborar um bom roteiro para suas interações digitais, continue a leitura a seguir e confira critérios importantes que te ajudarão a produzir vídeos de qualidade para o ambiente digital.

### **Quem é a persona que você deseja atingir?**

“Quem” é a pergunta principal, ou seja, qual será a sua “plateia”? Essa é uma definição que antecede qualquer produção de material, pois é o que determinará o estilo de linguagem usada, o tom do roteiro e os termos utilizados em suas informações. Vamos a um exemplo básico, mas que te fará compreender o que estou falando: se seu público-alvo for médicos, é possível usar conceitos bem técnicos e com estrutura mais formal. Ao contrário, se o conteúdo for também sobre saúde na adolescência e para o público leigo, é preciso adotar uma fala informal, com termos dessa área, despojada e direcionada aos jovens.

### **Agora pense no “onde”**

Estabelecendo seu público e a linguagem que mais se adapta à ele, lembre-se também de definir para qual canal digital esse conteúdo se destina. YouTube, Vlog, IGTV, TikTok, Instagram, Facebook com vídeos gravados ou uma live? Cada um deles tem também estilos próprios, do mais descontraído, ao tom mais formal. A escrita do roteiro deve manter esse estilo que combine e se adapte ao canal escolhido.

### **Qual o objetivo a ser alcançado?**

Atrás de toda comunicação disponível no meio virtual existe um propósito. Portanto, qual o seu “*call to action*”? O que você quer que o internauta faça após assistir aos seus vídeos? Pensar esses pontos é indispensável para criar uma estratégia bem-sucedida e dar força ao seu roteiro.

### **Estruture seu conteúdo em blocos**

Com certeza você sabe muito sobre o assunto que quer disseminar nas redes, mas não dá para falar tudo o que conhece em um único vídeo. Então, divida tudo o que você gostaria de gravar em blocos, cada um com um tema central principal. A partir dessa linha mestra, eleja os tópicos do bloco, verificando se ele possui um começo, meio e fim. Fique atento ao volume de informações e faça materiais mais curtos. Lembre-se que conteúdos e vídeos extremamente longos podem

cansar ou dispersar a atenção do internauta. Estudos mostram que, normalmente, o indivíduo tem capacidade de se concentrar apenas 8 minutos naquilo que está consumindo. Lógico que você pode aumentar esse tempo de interesse dos seus seguidores elaborando um conteúdo útil, de modo objetivo e claro, e sendo um comunicador carismático. Mas nas redes digitais o menos é mais. Invista no simples e apresente soluções correspondentes ao tema, abordando o assunto de forma direta e assertiva.

Bom, agora que você já tem algumas orientações sobre como estruturar um bom roteiro para gravações e outras interações digitais, coloque a mão na massa e produza seu texto.

Mas você não pode simplesmente ler seu roteiro. A partir daqui existem muitas outras técnicas que abordamos em nossos cursos e mentorias que ajudam na elaboração de roteiros escritos para serem lidos em gravações de vídeos e na interpretação desses conteúdos. Acompanhe nossos próximos artigos sobre o tema.

Capriche na produção, revise seu material e coloque suas ideias em prática agora mesmo! Se precisar de ajuda profissional especializada, mande seu texto para a Univoz que revisamos e te ajudamos a produzir o melhor roteiro para você se posicionar como um profissional competente e carismático.

Ana Elisa Moreira-Ferreira  
Diretora Executiva da Univoz  
Fga. Ma. Coach e Consultora em Comunicação Humana

## Quer saber mais sobre como criar conteúdos específicos para os canais digitais?

Você pode se sentir mais seguro e estruturar melhor seu conteúdo por meio de soluções que a Univoz oferece, tais como: curso online “Expressividade e Oratória no Universo Online”, cursos presenciais “Técnicas de Apresentação” e “Voz, Corpo & Expressão”, participar do LAB de Apresentações e agendar sessões de Coaching de Speakers com consultores especializados.

Inicie a sua Trilha de Aprendizagem em Apresentações de Alto Impacto.

[Clique aqui](#) e faça sua inscrição agora mesmo!

Fique perto e conecte-se com a gente!

[www.univoz.com.br](http://www.univoz.com.br)