

A anatomia de um texto viral

Este pequeno guia foi desenvolvido a partir do modelo criado por [Josh Fechter](#).

Eu testei o script dele em um post [no LinkedIn](#) e outro [no Facebook](#).

Ambos, ao meu ver, foram um sucesso.

Eu tinha um perfil bastante “frio” na primeira rede, com apenas 300 contatos, e mesmo assim o texto se espalhou para além das minhas conexões.

Em duas semanas, o post alcançou 8.617 visualizações. Dezenas de pessoas me seguiram, outras tantas me adicionaram e o meu perfil foi visualizado uma porrada de vezes.

No Facebook, onde tenho um perfil mais ativo, o alcance foi ainda maior. De longe foi meu post com mais engajamento.

O que foi importante para o sucesso do texto?

Praticamente todos os parágrafos do texto são compostos por uma frase para facilitar a leitura.

Pense no leitor. Ele provavelmente irá ler o seu texto no celular.

Espaçamento. Frases curtas. Palavras precisas.

A estética e a estrutura do texto são tão importante quanto o conteúdo, porque são as primeiras coisas que chamam atenção para a leitura (ou que faz o leitor não querer ler).

Se você quiser uma regra, tente não fazer parágrafos maiores do que 3 linhas na tela mobile. Isso ajuda no *flow* da leitura. Uma frase puxa a outra levando o leitor até a conclusão.

A anatomia

Assim como eu aprendi com o Josh, eu vou mostrar o por que das frases do meu texto.

1. Comece o seu texto com bastante drama, geralmente apontando um problema e “torcendo a faca” para físgar a atenção do leitor.

Lembre-se essa é a parte mais importante do seu texto para fazer com que ele seja lido. Frases pequenas, simples e objetivas são ainda mais importantes aqui.

“Eu voltei a morar na casa dos meus pais.”

“Depois de 5 anos de ‘independência financeira’, eu não tinha um tostão no bolso.”

[Nota: você precisa considerar a plataforma onde o texto será publicado. O feed do LinkedIn é um pouco diferente do Facebook, mas ambos exibem apenas o início do texto e colocam um link “para ver mais”. Pense como você deve iniciar o seu texto para aproveitar essas circunstâncias.]

2. Explique o dilema, as suas dores. Mostre vulnerabilidade. Isso é poderoso.

“Eu me formaria no ano seguinte e a sensação era uma mistura de frustração e alívio.”

“Sem muita escolha, eu passei os últimos dois meses do ano procurando estágio.”

3. Mergulhe no que os marqueteiros chamam de “aha moment”. Geralmente é alguma descoberta que você teve no período da história.

“Eu não tinha dinheiro, mas tinha muito tempo livre. Eu investia 12 horas por dia online.”

“Foi quando eu descobri o site com o maior crescimento de audiência em menos tempo da história.”

4. Fale um pouco mais sobre a descoberta ou o problema, agora com mais confiança do que antes.

“Eu levantei todas as informações a ponto de ter o modelo de negócios inteiro na minha cabeça.”

“Eu estava obcecado.”

5. Agora é a parte dos sacrifícios. O que você precisou abrir mão para solucionar o problema?

“As 12 horas viraram de produção.”

[Nota: perceba que aqui eu fiz um link com uma frase anterior. Isso deixou o texto mais enxuto e consegui reforçar a ideia do sacrifício em dois momentos da história.]

6. Os resultados iniciais do sacrifício (o primeiro passo da jornada do herói).

“A primeira coisa que fiz foi criar um blog.”

7. Dê velocidade para a história mudando do primeiro passo da jornada para o segundo rapidamente.

“Em seguida, eu comecei escrever. Depois, eu fazia de tudo para os meus posts serem compartilhados.”

“Eu publiquei 45 posts em 45 dias sem ver resultados.”

[Nota: perceba que eu reforcei o sacrifício na última linha. Isso mostra como seu texto pode ser orgânico e adaptado para fluir melhor.]

8. Resultados palpáveis.

“Até que o tráfego do site explodiu. Os acessos subiram 460% em 1 dia.”

“Em 2 dias, o site ultrapassou 2 milhões de visitas.”

9. Problema resolvido.

“Enfim, eu comecei entender como funcionava o viral.”

10. Aumente os benefícios e resultados para gerar mais credibilidade.

“Então, fui all-in.”

“Agora seriam 8 posts/dia.”

“Em vez de fazer estágio, eu seguiria empreendedor.”

11. Deixe explícito ou implícito o resultado final da sua aprendizagem. Como você contribuiu com o mundo? Aqui é interessante colocar números (se possível).

“Após 12 meses, o Awebic chegou a 40 milhões de usuários...”

“Porque parei de consumir e comecei criar.”

12. Como o leitor pode fazer o mesmo? Como isso pode ser útil para a vida dele?

“Se você está insatisfeito, pergunte-se:”

“Eu estou guiando ou sendo levado?”

Considerações finais

O meu texto tem apenas 222 palavras e 1.234 caracteres. Esses números podem ser um bom parâmetro para você avaliar se o texto está muito grande ou muito pequeno.

Eu não sou nenhum especialista em jornada do herói ou storytelling, mas essa estrutura facilita contar alguma história da sua vida de um jeito envolvente.

1. Drama
2. Problema
3. Sacrifícios
4. Resultados iniciais
5. Benefícios
6. Solução
7. Aprendizado

Eu acredito que existe um motivo para essa sequência, mas assim como eu fiz com o meu texto, você pode usar outros artifícios da escrita para deixar tudo mais orgânico.

Ah, para finalizar, considere o horário da publicação.

Eu fiz o meu post no LinkedIn às 17h00, perto do fim do expediente. No Facebook, eu fiz o post no domingo às 18h00, porque eu sei que as pessoas geralmente estão em casa, jogadas no sofá com o celular na mão. Tente imaginar o melhor horário para o seu público consumir o conteúdo.

Faça um teste e me marque nos comentários. Me siga no [Instagram](#). ;)