

La fórmula VALIDA

*El método para **alcanzar viralidad**
estratégica con criterio*



Vamos a entender las bases sobre “ser viral”

Fíjate, la mayoría de las personas intenta crear contenido viral.

Pocas se detienen a estudiar cómo funciona.

Y casi nadie se pregunta algo aún más importante:

¿Viral para qué?

¿Viral para quién?

¿Viral desde qué identidad?

La viralidad sin dirección genera alcance.

La viralidad con método construye posicionamiento.

También sucede que muchas recurren a ChatGPT sin contexto alguno o copian lo que hacen los demás con la “inspiración” como excusa. Afectando su propia imagen.

Y es que la viralidad no es mala. Siempre que se busque con responsabilidad, planificación y criterio.

La intención no es multiplicar contenido genérico. La intención es posicionarte como autoridad con tu historia, tu mensaje y eso que te hace única.

Sí, el contenido genérico puede generar vistas, pero no construye ventaja competitiva.

Por eso, aquí te mostraré en qué consisten las bases de mi método VALIDA y por qué puede hacer la diferencia entre ser invisible o ser visible.

Antes de aplicar el Método VALIDA, existe una fase fundamental: definir con claridad desde qué identidad estás creando. Quién es tu audiencia real, entre otros factores.

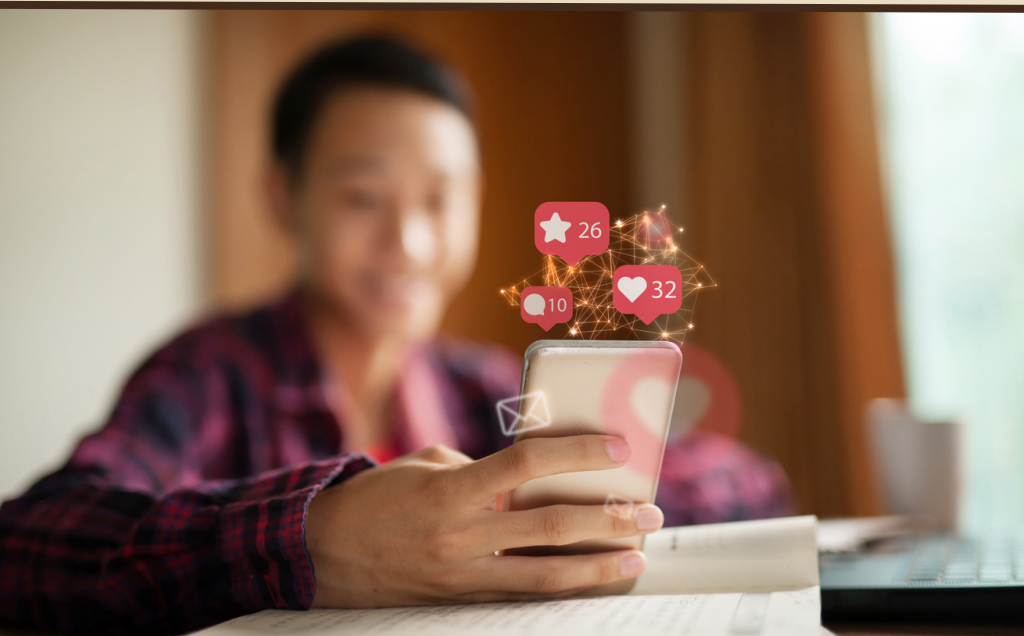
Sin ese marco, cualquier intento de adaptar guiones virales termina diluyendo tu marca.

Este documento tiene dos partes:

1. Establecerás el contexto que le dará dirección a tu contenido (y a cualquier herramienta que utilices).
2. Conocerás la estructura del Método VALIDA..

Comencemos,

Julymar
D Lima



El índice

Esto encontrarás aquí:

La información previa para aplicar el método..... 5

Ahora sí, empecemos con el método V.A.L.I.D.A. 9

V – Verificar referente correcto..... 10

A – Detectar anomalía..... 11

L – Leer estructura, emoción y tensión..... 12

I – Iterar con inteligencia artificial..... 13

D – Diseñar adaptación estratégica..... 15

A – Accionar y documentar aprendizaje..... 16



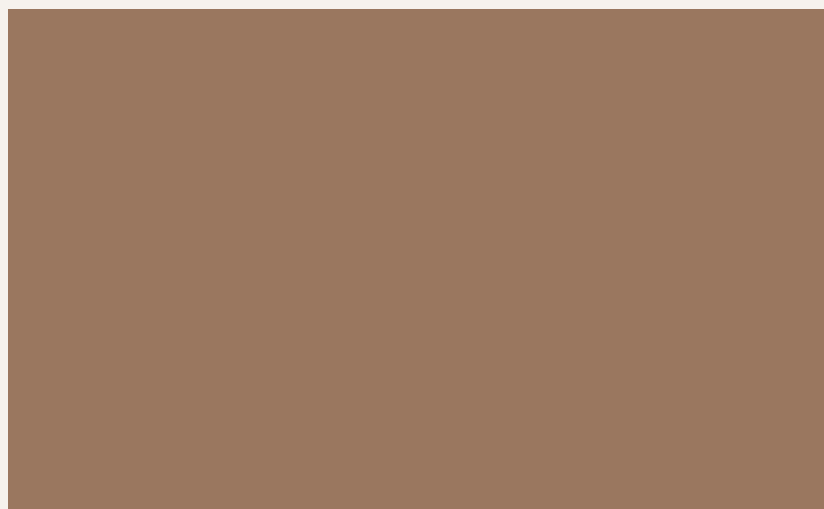
La información previa para aplicar el método

*VALIDA no empieza analizando guiones.
Empieza definiendo desde dónde estás creando.*

*Porque si no sabes quién eres estratégicamente,
cualquier estructura que adaptes terminará sonando
ajena.*

1. **¿A quién le hablas?** Describe a tu cliente ideal: edad, situación actual, qué quiere lograr y qué le impide avanzar. Ej: Mujeres de 28-45 años que tienen un negocio pequeño, pero no saben cómo posicionarse en redes para atraer clientes de forma constante.

Necesitas precisión, piensa: ¿Qué momento está viviendo tu cliente? ¿Qué ya intentó? ¿Qué la frustra? ¿Qué está lista para dejar atrás? ¿Qué nivel de conciencia tiene?



2. ¿Cuál es tu propuesta de valor? ¿Qué transformación ofreces? ¿Qué problema principal resuelves? Ej: Las ayudo a construir una marca personal sólida para que vendan con autoridad sin depender de algoritmos.



3. ¿Cómo es tu voz y tu tono? 3-5 adjetivos que describan cómo hablas, frases que te representan, tus límites. ¿Usas palabras o frases características? Ej: Directa, motivadora, espiritual, sin rodeos. Uso frases como 'esto es para ti si estás lista para...' o 'no más excusas, solo decisiones'.



4. ¿Cuáles son tus temas principales? Lista los 3-5 temas sobre los que más creas contenido. Ej: Mentalidad abundante, liderazgo femenino, ventas sin miedo, marca personal, disciplina y resultados.

Son tus temas estructurales los que construyen autoridad acumulativa.



5. ¿Qué NO quieres que GPT haga o diga? ¿Qué frases suenan ajenas a ti? ¿Qué enfoques no van con tu marca? Ej: Evitar sonar corporativa o fría. No usar frases como 'maximizar tu potencial' o 'estrategia 360'. Nada de lenguaje de autoayuda genérico.



6. ¿Cuál es tu llamado a la acción habitual?

¿Cómo sueles cerrar tu contenido? ¿Qué acción quieres que tome tu audiencia? Ej: 'Guarda este video si lo necesitas', 'escríbeme un DM con la palabra LISTA', 'sigue mi cuenta para más'.



Si estas seis variables no están claras, no estás lista para aplicar las bases de VALIDA.

Fíjate, esto es lo mínimo, la base principal para iniciar.

Este método no reemplaza tu identidad. La organiza.

Ahora que tienes el contexto definido, podemos entrar en los principios de la parte técnica:

Ahora sí, empecemos con el método VALIDA

VALIDA es el sistema para estudiar, descomponer y adaptar contenido viral sin copiar, sin improvisar y sin diluir tu posicionamiento.

Cada letra representa una fase del proceso:

V — Verificar referente correcto: Seleccionar con criterio qué contenido merece ser estudiado.

A — Detectar anomalía: Identificar la ruptura que activa la atención.

L — Leer estructura, emoción y tensión: Descomponer la arquitectura narrativa que sostiene la pieza

I — Iterar con inteligencia artificial: Optimizar y explorar variaciones con intención estratégica.

D — Diseñar adaptación estratégica: Traducir la lógica del contenido a tu contexto sin perder identidad.

A — Accionar y documentar aprendizaje: Ejecutar, medir y registrar patrones para generar sistema.

VALIDA no es una fórmula para “hacerte viral” sin más.

Es un método para entender cómo funciona la amplificación y replicarla con dirección.

Con él lograrás posicionarte y multiplicar tu mensaje con criterio.

Veamos mejor en qué consisten los pasos.

V - Verificar referente correcto

No todo contenido viral es útil para ti.

Debes hacer una investigación exhaustiva de referentes en tu sector.

Ten en cuenta que, antes de analizar cualquier pieza, debes evaluar:

- Contexto de mercado.
- Nivel de autoridad del emisor.
- Tipo de audiencia que atrajo.
- Coherencia con tu posicionamiento.

Un error común es estudiar referentes que no comparten tu nivel de experiencia, tu tipo de cliente o tu modelo de negocio.

Eso genera distorsión estratégica.

Recuerda que, vas a ver una multitud de videos virales en internet. De personas bailando, cantando y más, pero tú no necesitas hacer o imitar lo primero que veas con números altos.

Necesitas entender por qué a personas en condiciones similares a la tuya les va bien. Y partimos de ahí.

Elegir mal el referente produce ruido. **Elegir bien acelera el aprendizaje.**

La viralidad responsable empieza filtrando.

A - Detectar anomalía

Después de elegir el referente correcto, el siguiente paso es identificar qué lo hizo amplificarse.

Eso no es el tema.

Es la anomalía.

La anomalía es el elemento específico que rompe el patrón habitual dentro de su categoría. Es decir, esa publicación que tuvo un pico viral.

Estas pueden ser:

- Views significativamente más altas que el promedio.
- Guardados desproporcionados, comentarios largos, compartidos elevados
- Muchos comentarios cualitativos, del tipo: “Esto me pasa.”, “Nunca lo había visto así.”, “Explícame más.”

Debes calcular el promedio que ves en el perfil del referente y separar esas publicaciones que rompen sus estadísticas.

La anomalía obliga al cerebro a detenerse y reconsiderar. Nosotros vamos a comprender por qué y cómo replicar el efecto.

Fíjate, sin esa fricción mental, el contenido se consume, pero no se transmite.

Ahora bien: no toda anomalía es estratégica.

Debes evitar comparar cuentas pequeñas con cuentas enormes.

Ni estudiar un video sin contexto del perfil.

La idea es identificar con precisión qué variable alteró la expectativa y por qué funcionó en ese contexto.

Esa claridad es lo que permite replicar sin copiar.

L — Leer estructura, emoción y tensión

Una vez identificada la anomalía, el siguiente paso no es replicarla.

Es entender cómo está construida la pieza que la contiene.

Leer no significa “entender el tema”.

Significa descomponer la arquitectura interna del contenido.

En esta fase se analiza:

- Cómo se introduce la idea.
- En qué momento aparece la ruptura.
- Cómo se sostiene la tensión.
- Qué emoción se activa y en qué punto.
- Cómo se conduce al cierre.

La mayoría observa el resultado.

VALIDA estudia la construcción.

Porque la amplificación no ocurre solo por lo que se dice, sino por el orden en que se dice y la progresión emocional que genera.

Sin lectura estructural, la adaptación se vuelve superficial.

Con lectura estructural, la viralidad deja de ser misterio y se convierte en patrón.

I - Iterar con inteligencia artificial

Después de verificar, detectar y leer, recién aquí entra la inteligencia artificial.

No antes.

La IA no sustituye análisis. Lo acelera.

En esta fase se utiliza para:

- Explorar variaciones de la anomalía.
- Probar distintos enfoques estructurales.
- Ajustar claridad y síntesis.
- Simular versiones alternativas del mismo mensaje

Pero la herramienta solo es útil si ya hiciste el trabajo previo. El del inicio.

Sin criterio, la IA produce contenido promedio.

Con criterio, permite optimizar con velocidad y precisión.

Iterar no es generar mucho. Es refinar con intención.

Ahora, para usar Chat GPT como un aliado estratégico, ten:

Tu Prompt Base — Copia, completa y pega en GPT

Una vez que respondiste las preguntas de arriba, usa esta plantilla. Reemplaza los corchetes [] con tus respuestas y pégalo en la sección "Instrucciones personalizadas" de ChatGPT (o al inicio de cualquier conversación nueva). Después puedes empezar a testear.

Actúa como mi asistente experta en creación de contenido para redes sociales.

MI NEGOCIO Y AUDIENCIA: Trabajo con [describe a tu cliente ideal — pregunta 1]. Les ayudo a [transformación que ofreces — pregunta 2].

MI VOZ Y ESTILO: Mi tono es [adjetivos de tu voz — pregunta 3]. Frases o expresiones que uso: [ejemplos de tu lenguaje — pregunta 3].

MIS TEMAS PRINCIPALES: [Lista tus 3-5 temas — pregunta 4] LO QUE DEBES EVITAR: [Frases, enfoques o tonos que no van contigo — pregunta 5]

MIS LLAMADOS A LA ACCIÓN HABITUALES: [Cómo cierras tu contenido — pregunta 6] Cuando te pida adaptar un guion viral, mantén siempre esta voz, este tono y este enfoque. El contenido debe sonar como yo, no genérico.

D — Diseñar adaptación estratégica

Una vez comprendida la lógica de la pieza original, llega el punto decisivo:

Adaptar.

Adaptar no es copiar el guion.

Es trasladar la estructura al propio contexto.

Aquí se ajustan variables clave:

- Nivel de profundidad.
- Tipo de lenguaje.
- Grado de confrontación.
- Enfoque del problema.
- Marco de posicionamiento.

La adaptación estratégica respeta la arquitectura, pero transforma el contenido para que refleje tu criterio y tu territorio.

Cuando esta fase se hace mal, el contenido suena prestado.

Cuando se hace bien, el patrón funciona y, además, la voz es propia.

Esa es la diferencia entre imitación y método.

Dedica todo el tiempo que necesites para lograr que, al leerlo en voz alta, suene a ti.

A — Accionar y documentar aprendizaje

El método no termina cuando publicas.

Termina cuando analizas lo que ocurrió.

Accionar implica ejecutar la pieza adaptada con intención.

Pero documentar implica convertir el resultado en aprendizaje acumulativo.

En esta fase registras:

- Qué variable activó mayor atención.
- Dónde se sostuvo la retención.
- Qué tipo de anomalía funcionó mejor.
- Qué estructura facilitó la transmisión.
- Qué no generó el efecto esperado.

Sin documentación, cada contenido es un intento aislado.

Con documentación, se construye sistema.

La viralidad estratégica no depende de inspiración constante.

Depende de iteración consciente y memoria analítica.

Cuando registras patrones, dejas de empezar desde cero.

VALIDA es la base.

Es el marco que permite estudiar la amplificación digital con criterio y no desde la improvisación.

Pero lo que acabas de leer es solo la estructura general del método.

En su aplicación completa, cada fase integra herramientas más específicas, criterios más técnicos y protocolos de análisis que permiten convertir la viralidad en una ventaja competitiva real.

Esta es la lógica que uso yo para diseñar contenido en mi propia cuenta y para trabajar con mis clientas dentro de Founder Awareness.

No como fórmula superficial.

Sino como disciplina estratégica.

Porque la viralidad responsable no busca impacto momentáneo. Busca posicionamiento sostenido.

Si después de leer esto entiendes que el contenido puede estudiarse con este nivel de precisión, ya no podrás volver a mirarlo como antes.

Y esa es la diferencia entre crear por intuición y construir con método. Lo que tienes aquí es la base.

La profundidad empieza cuando se implementa con dirección.