

ANÁLISE DE PERFORMANCE + ESTRATÉGIA

Gabriel Junqueira

Advogado Médico · @gabrieljunqueirasales

Relatório analítico com base nos dados de performance de janeiro de 2026, análise de branding e estratégia de multiplicação de conteúdo.

51

POSTS NO PERÍODO

443K

VIEWS TOTAIS

16K

SEGUIDORES

8.7K

MÉDIA POR POST

01 — RESUMO EXECUTIVO

Visão Geral do Canal

Performance consolidada de janeiro de 2026 — 51 conteúdos publicados

443K

VIEWS TOTAIS

Todo o período

8.701

MÉDIA POR REEL

Mediana: 2.064

88%

PROVA DE MAESTRIA

45 de 51 posts

223K

POST MAIS VIRAL

Médico do SUS

DISTRIBUIÇÃO DE FORMATOS

Formato "Top 7 / Top 5"

25 posts · Média 5.742 views

Outros formatos (análises, cases, caixa de pergunta)

22 posts · Média 12.293 views

Entrevistas

4 posts · Média 2.897 views

02 — BRANDING & POSICIONAMENTO

Análise do Perfil



Nicho Definido

Direito médico é um nicho de alta especialização com público muito qualificado — médicos que temem processos. Posicionamento claro e diferenciado.

FORTE



Autoridade no Conteúdo

"Top 7 Erros" e "cases do SUS" demonstram domínio técnico. O público percebe o Gabriel como referência em proteção jurídica para médicos.

CONSOLIDADA



Humanização

Apenas 2 posts de Essência Autêntica em 51. O conteúdo é muito técnico — falta mostrar quem é Gabriel além do advogado. Conexão emocional baixa.

ATENÇÃO



Consistência de Publicação

51 posts em janeiro = 1,6 posts/dia. Volume excelente e consistente ao longo do mês. Disciplina de produção acima da média do nicho.

EXCELENTE



Inimigo Cultural

CFM, uberização da medicina, planos de saúde — apenas 4 posts. Esse pilar gera muito alcance orgânico e identidade tribal. Subaproveitado.

SUBUTILIZADO



Conteúdo de Conversão

Temas tributários e financeiros (PJ, holding, IR) performam bem com views modestos mas geram leads qualificados com intenção de compra.

ESTRATÉGICO

03 — SUMÁRIO EDITORIAL

Análise por Pilar

Baseado na metodologia STINT de 4 pilares de conteúdo

88%

Prova de Maestria

Posts	45
Views totais	406.914
Média por post	9.043
Melhor post	223.000

PILAR DOMINANTE

8%

Inimigo Cultural

Posts	4
Views totais	31.668
Média por post	7.917
Melhor post	25.300

SUBAPROVEITADO ↑

4%

Essência Autêntica

Posts	2
Views totais	5.164
Média por post	2.582
Melhor post	3.282

QUASE INEXISTENTE

⚡ O que os números revelam sobre os pilares

O Gabriel usa o **Prova de Maestria** quase que exclusivamente — e ele funciona. Mas o dado mais revelador está no **Inimigo Cultural**: com apenas 4 posts, esse pilar gerou uma média de **7.917 views por post** — quase igual ao pilar que

ocupa 88% do tempo. O post sobre o CFM chegou a **25.300 views** com qualidade excelente de seguidores. Existe uma oportunidade enorme de alcance não explorada.

04 — PERFORMANCE

Top 10 Conteúdos do Período

Ordenado por views · com qualidade de seguidores gerados

#	TEMA	PILAR	VIEWS	RESULTADO
1	Médico do SUS não responde por erro médico	P. MAESTRIA	223.000	Ruim <10%
2	Top 7: Erros de comunicação que colocam médicos em risco	P. MAESTRIA	79.000	Regular 1.600
3	O CFM não pode criar lei	IN. CULTURAL	25.300	Bom +3mil
4	Top 7: Classificando especialidades médicas que + tomam processos	P. MAESTRIA	9.773	Muito bom +10mil
5	Médico do SUS diferente de Réu no CPF	P. MAESTRIA	5.631	Fora da curva 50mil
6	Top 5: Crimes na medicina	P. MAESTRIA	4.712	—
7	Top 7: Erros em plantão que mais dão problema de 1 a 7	P. MAESTRIA	4.258	—
8	Entrevista	P. MAESTRIA	4.104	—
9	Top 5 bombas da sociedade médica	P. MAESTRIA	3.854	—
10	Top 5: Erros na telemedicina que mais dão processos contra médicos	P. MAESTRIA	3.697	—

05 — INSIGHT ESTRATÉGICO

Views Não São Seguidores

O dado que muda completamente a estratégia de conteúdo



A maior virada do relatório

O post com **223.000 views** teve resultado **RUIM** em seguidores (menos de 10% de conversão). O post com apenas **5.631 views** teve resultado **FORA DA CURVA** — gerou mais de 50.000 impressões de conta e alta conversão de seguidores novos.

Isso significa que **viralidade genérica $\neq$ crescimento de canal**. O conteúdo que gera seguidor é o que fala diretamente para o ICP (Ideal Client Profile): *o médico que tem medo de processo*. Quando o conteúdo é específico o suficiente para fazer esse médico pensar "isso é exatamente sobre mim" — ele segue.

✗ VIRAL GENÉRICO

223K

views

RESULTADO: RUIM

"Médico do SUS não responde por erro médico"

Conteúdo amplo → atrai público diverso → baixa conversão

✓ ESPECÍFICO PARA ICP

5.6K

views

RESULTADO: FORA DA CURVA

"Médico do SUS diferente de Réu no CPF"

Conteúdo preciso → atinge só o médico certo → alta conversão

Princípio: Quanto mais específico, mais converte

"Médico" → "Médico do SUS" → "Médico do SUS com plantão" → "Médico do SUS com plantão em hospital público" → **o post que converte 50mil.**

06 — ESTRATÉGIA

Sistema de Multiplicação de Conteúdo

Como produzir mais com menos esforço, usando o que já funciona

O Princípio da Multiplicação

Gabriel já descobriu os formatos que funcionam. O erro seria inventar novos. A estratégia é **sistematizar o que já performa** e replicar em escala — com variações de tema, especialidade e contexto. Um único formato validado pode gerar 20 conteúdos diferentes sem perder performance.

01

Fórmula SUS Específico

"Médico do [especialidade/contexto] [consequência jurídica específica]"

O tema SUS gerou média de 58.309 views. A lógica é segmentar por especialidade e situação específica para maximizar conversão.

- "Médico do SUS que faz cirurgia não tem os mesmos direitos"
- "Médico plantonista do SUS: quem paga a indenização?"
- "Médico do SUS vs médico particular — responsabilidade diferente"

02

Fórmula Top 7 por Especialidade

"Top 7: Erros [especialidade médica] que mais [consequência]"

Já funciona. A variação é segmentar por especialidade: cardiologia, ortopedia, dermatologia, neurologia — cada uma com sua lista própria.

- "Top 7: Erros em dermatologia estética que viram processo"
- "Top 5: Erros em cirurgia bariátrica que derrubam médicos"
- "Top 7: Erros em telemedicina pediátrica"

4X/SEMANA · BASE DO CANAL

3X/SEMANA · MÁX. POTENCIAL

03

Fórmula Inimigo Cultural

"[Órgão/instituição/sistema] está [fazendo algo prejudicial ao médico]"

CFM rendeu 25k views com qualidade alta. Expandir para: planos de saúde, hospitais, glosas, uberização, CRM estaduais. Esse pilar gera tribos.

"Plano de saúde não pode fazer isso com médico"

"Hospital que glosou sua conta vai pagar caro"

"O CRM não tem poder para isso"

2X/SEMANA · ALCANCE VIRAL

04

Fórmula Caso Real Anonimizado

"[Médico/situação específica] [fez X] [resultado inesperado]"

Cases reais (mesmo sem nome) geram muito mais engajamento que listas. O "Homem foi preso vendendo atestados" com 2.035 views exemplifica o potencial.

"Médico cardiologista foi condenado mesmo acertando o diagnóstico"

"Médico perdeu processo porque o prontuário tinha esse erro simples"

"Médico PJ pagou 200mil de imposto que não devia por esse motivo"

1X/SEMANA · CONVERSÃO ALTA

BANCO DE GANCHOS

20 Ganchos Prontos para Usar

Baseados nos temas campeões de performance. Copie, adapte e publique.

SUS ESPECÍFICO

Tema que gerou 223K views e "fora da curva" em seguidores

"Médico do SUS concursado tem proteção jurídica diferente do plantonista. A maioria não sabe qual."

"Médico residente do SUS não responde igual ao preceptor — e essa diferença pode te salvar."

"Médico do SUS com duplo vínculo: o risco jurídico que você está correndo e ignorando todo dia."

"Médico do SUS que opera em hospital particular no mesmo dia responde diferente. Você sabe como?"

"Médico emergencista do SUS: a lei te protege diferente — mas só se você souber invocar."

TOP 7 / TOP 5

Formato base do canal — segmentar por especialidade multiplica infinitamente

"Top 7: Erros no WhatsApp com paciente que viraram processo no CRM."

"Top 5: Erros no consentimento que tornam o TCLE inútil na sua defesa."

"Top 7: Erros que médicos cometem ao dar plantão em hospital privado."

"Top 5: Erros de cirurgiões plásticos que mais resultam em indenização."

"Top 7: Erros de documentação em cirurgia que derrubam médicos experientes."

INIMIGO CULTURAL

CFM gerou 25K views — expandir para planos, hospitais e conselhos regionais

"O plano de saúde não pode fazer isso com você — mas faz todo dia e ninguém te conta."

"O hospital está usando você como escudo jurídico. E você está deixando."

"CRM não pode te suspender por isso — mas vai tentar se você não souber seus direitos."

"A uberização da medicina te faz trabalhar como autônomo, mas responder como empresa."

"Plano de saúde que glosa consulta sem justificativa técnica está cometendo ato ilícito. E você pode cobrar."

CASO REAL

Narrativa específica = alta conversão de seguidor qualificado

"Médico cardiologista acertou o diagnóstico, seguiu o protocolo — e perdeu o processo por causa do prontuário."

"Médico foi processado 4 anos depois da cirurgia. Não tinha mais como se defender. Veja o que faltou."

"Médico PJ pagou R\$280 mil de imposto que não devia. A causa: uma cláusula no contrato com a clínica."

"Hospital demitiu o médico por justa causa. Perdeu na Justiça em 40 dias. O motivo foi simples."

"Médico ortopedista foi condenado por uma frase no WhatsApp com o paciente. Sem mais provas."

Como usar este banco

Escolha 1 gancho por dia. Adapte para a realidade do seu consultório ou de um caso que você atendeu. O gancho abre — você fecha com sua análise jurídica. Simples assim.

07 — CALENDÁRIO

Semana Padrão Recomendada

10 posts/semana com mix estratégico de pilares

SEG

P. MAESTRIA
Top 7
Especialidade A

TER

IN. CULTURAL
CFM / Plano / Órgão

QUA

P. MAESTRIA
SUS
Específico

QUI

P. MAESTRIA
Top 5
Especialidade B

SEX

CASO REAL
Case anonimizado

SÁB

P. MAESTRIA
Tributário / PJ /
Holding

DOM

IN. CULTURAL
Provocação /
Polêmica

70%

PROVA DE MAESTRIA
Top 7, SUS, cases técnicos

20%

INIMIGO CULTURAL
CFM, planos, sistema

10%

ESSÊNCIA AUTÊNTICA
Bastidores, história pessoal

08 — PRÓXIMOS PASSOS

Plano de Ação — Fevereiro 2026

Ações prioritárias para acelerar crescimento de canal

1

Criar banco de temas SUS por especialidade

Mapear 10 especialidades + 5 situações jurídicas específicas de cada = 50 pautas prontas. Prioridade máxima pelo potencial de conversão comprovado.

SEMANA 1

2

Dobrar frequência de Inimigo Cultural

Passar de 4 para 8-10 posts/mês nesse pilar. Pautar: planos de saúde, uberização, conselhos regionais, hospitais x médicos.

SEMANA 1

3

Implementar 1 Essência Autêntica por semana

Contar a história de um caso real resolvido, mostrar bastidores do trabalho, ou compartilhar uma vitória pessoal. Humanizar o perfil sem abandonar o nicho técnico.

CONTÍNUO

4

Testar formato "Não Protege X Protege" em série

Esse formato aparece 2x na planilha com 1.470 e 1.287 views. É simples de produzir e escala bem. Criar série semanal por especialidade ou situação.

SEMANA 2

5

Rastrear conversão por pilar com mais granularidade

Na planilha, adicionar coluna de "seguidores novos" para todos os posts (não só os destaques). Isso permite identificar o real ROI de cada pilar mensalmente.

SEMANA 2

STINT

Mentoria & Operação Digital

Elaborado com base em dados reais de performance
Planilha: Gabriel Junqueira — Janeiro 2026

Fevereiro 2026

Confidencial