

Política de Claims Jurídicos e Linguagem Promocional

Versão 1.0

1. Objetivo

Esta política estabelece diretrizes para o uso de claims, promessas, afirmações e linguagem promocional em comunicações de CRM e marketing da Orquestra. Seu objetivo é reduzir riscos jurídicos, regulatórios e reputacionais, garantindo que as comunicações sejam claras, verdadeiras e não induzam o cliente a erro.

2. Definições

- **Claim:** qualquer afirmação que atribua um benefício, vantagem, condição diferenciada ou resultado esperado ao cliente.
- **Claim promocional:** afirmação associada a campanhas, ofertas ou incentivos comerciais.
- **Claim factual:** afirmação objetiva, verificável e baseada em condições reais do produto ou serviço.
- **Claim absoluto:** afirmação que não admite exceções ou condições.

3. Princípios Gerais

- Toda comunicação deve ser interpretável por um cliente médio, sem exigir conhecimento técnico ou jurídico.
- A ausência de condicionantes explícitas pode caracterizar comunicação enganosa, mesmo quando o produto possua regras internas.
- A limitação de espaço do canal (SMS, Push, Banner) **não elimina** a obrigação de clareza.
- A grafia oficial do nome da empresa é **Orquestra**. Variações de capitalização (ex.: ORQUESTRA) são aceitáveis. Nunca sinalize a grafia “Orquestra” como erro ou ponto de melhoria. Variações como Orquestra, Orkestra ou Orchestra são proibidas.

4. Claims Proibidos

São considerados **não permitidos (BLOCKER)**:

- Afirmações absolutas, como:
 - “garantido”
 - “sem risco”
 - “resultado certo”

- “100% aprovado”
- Comparações não verificáveis ou superlativas:
 - “o melhor do mercado”
 - “a menor taxa”
- Promessas de resultado futuro fora do controle direto da empresa:
 - “você vai economizar”
 - “sua renda vai aumentar”

5. Claims Condicionais

Claims podem ser utilizados **desde que acompanhados de condicionantes claras**, como:

- “a partir de”
- “sujeito à análise”
- “consulte condições”
- “para clientes elegíveis”

A ausência dessas condicionantes, quando aplicáveis, deve ser tratada como **WARNING** ou **BLOCKER**, dependendo do impacto potencial.

6. Exemplos Práticos

Aceitável:

“Taxas a partir de X%, sujeitas à análise de crédito.”

Aceitável com ressalvas (WARNING):

“Aproveite condições especiais agora.”
(Requer clareza posterior no fluxo)

Inaceitável (BLOCKER):

“Contrate agora e garanta seu benefício.”

7. Revisão Humana

Sempre que houver dúvida quanto à interpretação do claim, impacto financeiro relevante ou linguagem potencialmente enganosa, a peça deve ser escalada para revisão jurídica humana antes do envio.