

# Envio de Push Notifications (App)

**Versão:** 1.0

**Última atualização:** 2025-01-XX

**Aplicável a:** notificações push promocionais, informativas e transacionais

**Responsáveis:** Jurídico, Compliance, CRM, Produto, Marca

---

## 1. Objetivo do documento

Este documento define as **diretrizes obrigatórias** para criação, validação e envio de **notificações push** pela Orquestra, assegurando:

- Conformidade jurídica e regulatória
- Boa experiência do usuário no app
- Uso responsável do canal push
- Clareza, relevância e transparência
- Proteção da marca Orquestra

Estas diretrizes se aplicam a **times internos, agências e sistemas automatizados**, incluindo soluções baseadas em Inteligência Artificial.

---

## 2. Princípios fundamentais do canal Push

Notificações push devem respeitar:

1. **Contexto**  
O push interrompe o usuário. Deve ser **relevante e oportuno**.
  2. **Clareza imediata**  
O usuário deve entender o conteúdo em poucos segundos, sem precisar abrir o app.
  3. **Moderação**  
O excesso de notificações degrada a experiência e pode levar ao bloqueio do canal pelo usuário.
  4. **Consentimento implícito, mas reversível**  
O usuário autorizou push no app, mas pode desativá-lo a qualquer momento.
- 

## 3. Identificação da marca

**Regras obrigatórias**

- A notificação deve deixar claro que é uma comunicação da **Orquestra**.
- O nome da Orquestra pode aparecer:
  - no título,
  - no corpo.

## Exemplos

### Aceitável

Orquestra  
Seu benefício já está disponível no app.

### Não aceitável

Benefício disponível agora!

---

## 4. Opt-out e controle do usuário

### Diferença em relação ao SMS

- Push **não exige opt-out textual** (“SAIR”).
- O controle ocorre via **configurações do app/sistema operacional**.

### Diretrizes obrigatórias

- O conteúdo não deve:
    - induzir o usuário a manter notificações ativas
    - ameaçar perda de benefício se o push for desativado
  - Mensagens que pressionem o usuário (“ative agora ou perca”) são proibidas.
- 

## 5. Estrutura da notificação (Título e Corpo)

### Título

- Curto e informativo.
- Evitar clickbait.
- Não repetir exatamente o corpo.

### Corpo

- Explica o benefício ou ação.
- Deve conter o contexto mínimo necessário.
- Pode conter CTA implícito (“Confira”, “Veja no app”).

## Boas práticas

- Não duplicar informação.
  - Não usar CAPS LOCK.
  - Evitar excesso de emojis (máx. 1, quando apropriado).
- 

## 6. Limites de tamanho e legibilidade

### Recomendações cross-platform

- **Título:** até 40–50 caracteres
- **Corpo:** até 90–120 caracteres
- **Total recomendado:** até ~140 caracteres

### Diretrizes

- Textos longos podem ser truncados dependendo do dispositivo.
  - Notificações truncadas são consideradas **falha de qualidade**.
  - O agente deve alertar quando houver risco de truncamento.
- 

## 7. Linguagem e tom de voz

### Diretrizes gerais

- Linguagem clara, direta e respeitosa.
- Evitar jargões internos ou termos técnicos não explicados.
- Evitar urgência artificial (“última chance!”, “agora ou nunca”).

### Tom de voz

Deve seguir o briefing:

- Informativo
- Comercial
- Urgente (apenas quando justificado)

Mudanças de tom entre notificações da mesma campanha devem ser evitadas.

---

## 8. Promessas, ofertas e condições

## Proibições absolutas

É proibido:

- Garantir benefícios (“garantido”, “sem risco”).
- Omitir condições essenciais.
- Criar falsa sensação de exclusividade (“só você”, “único selecionado”) sem base real.

## Transparência

Se houver:

- valores
- descontos
- benefícios financeiros

Devem ser mencionadas **condições mínimas essenciais**, mesmo de forma resumida.

---

## 9. Privacidade e uso de dados

### É proibido

- Inferir comportamento ou situação pessoal (“sabemos que você precisa...”).
- Revelar dados sensíveis na notificação.
- Expor informações que terceiros possam ver na tela bloqueada.

### Personalização permitida

- Primeiro nome (quando autorizado).
  - Referência genérica a ações recentes, sem detalhamento sensível.
- 

## 10. CTA e ação esperada

### Diretrizes

- A notificação deve deixar claro o que acontece ao tocar nela.
- Usar CTAs implícitos ou explícitos:
  - “Confira no app”
  - “Veja detalhes”
  - “Ative agora”

### Proibições

- “Clique aqui” sem contexto.
  - CTAs enganosos que levam a telas não relacionadas.
- 

## 11. Frequência e risco de spam

### Diretrizes

- Evitar excesso de notificações em curto espaço de tempo.
- Não repetir mensagens similares sem valor adicional.
- Mensagens repetitivas ou genéricas são consideradas **má prática**.

### Risco

- Push percebido como spam leva o usuário a:
    - silenciar notificações
    - desinstalar o app
    - perder confiança na marca
- 

## 12. Segurança e percepção de fraude

### Proibições

- Solicitar senhas, códigos, dados pessoais.
- Linguagem típica de phishing (“atividade suspeita”, “verifique agora”) fora de contexto legítimo.

### Diretrizes

- Mensagens de segurança devem ser claras, objetivas e levar ao app oficial.
- 

## 13. Uso de Inteligência Artificial

- Sugestões geradas por IA devem respeitar integralmente estas diretrizes.
- A IA pode:
  - sugerir melhorias de clareza
  - reduzir texto
  - ajustar tom
- A IA **não substitui** a validação humana para aprovação final.