

Manual de boas práticas de **WhatsApp** para Escritórios de Advocacia.

Como evitar o banimento do seu número — guia para escritórios de advocacia que usam WhatsApp para captação e atendimento de leads.

POR QUE ESTE MANUAL EXISTE

Perder um número de WhatsApp é mais grave do que parece.

Perda imediata de leads

Conversas em andamento se perdem no instante do ban.

Dinheiro de anúncio desperdiçado

O investimento em mídia paga não tem mais para onde ir.

Histórico de conversas

Tudo o que foi negociado e documentado some.

Dias ou semanas parado

Operação inteira offline até a recuperação do canal.

SUMÁRIO

O que vamos cobrir.

01 Como o WhatsApp decide banir um número

02 Conteúdo das mensagens

03 Estrutura visual das mensagens

04 Volume e ritmo de envio

05 Tratamento de leads que não respondem

06 Verticais reguladas pelo Meta

07 Conduta após um banimento

08 Checklist final

SEÇÃO 01

01 Como o WhatsApp decide banir um número.

O sistema é majoritariamente automatizado, baseado em sinais. Quando o conjunto desses sinais cruza um limite, o número é restringido, suspenso ou banido.

QUATRO SINAIS QUE O ALGORITMO CRUZA

O que o sistema observa para decidir.

01 · Sinais negativos do destinatário

Denúncias, bloqueios e marcações de spam.

Cada denúncia é registrada contra o seu número. Em alguns casos, três a cinco denúncias em curto período já derrubam um número.

02 · Padrão de envio

Volume, frequência, horário e taxa de resposta.

O sistema observa quantas conversas o número inicia, com qual frequência, em que horários, com qual intervalo entre mensagens e qual a taxa de resposta dos destinatários.

03 · Conteúdo das mensagens

Palavras-gatilho e formatação típica de marketing.

O algoritmo lê o conteúdo em busca de padrões: palavras associadas a categorias proibidas, formatação típica de marketing e repetição de estrutura entre conversas distintas.

04 · Categoria do assunto

Temas que o Meta trata como setor regulado.

Quando o conteúdo sinaliza que o número opera nessas categorias, a fiscalização se intensifica automaticamente.



**O sistema não conhece a sua intenção.
Ele lê o conteúdo, observa o comportamento e
cruza com as denúncias dos destinatários.**

**O QUE IMPORTA É COMO SUAS MENSAGENS PARECEM AOS OLHOS DO ALGORITMO
— NÃO O QUE VOCÊ PRETENDIA AO ENVIÁ-LAS.**

SEÇÃO 02

02 Conteúdo das mensagens.

O conteúdo é o sinal mais forte que o algoritmo usa para classificar o tipo de número que você opera. Marketing sem consentimento prévio é uma das principais causas de banimento.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 02.01

Iniciar a conversa com **pitch comercial**.

Abrir a conversa apresentando o escritório como "especializado em casos de X" ou listando diferenciais antes mesmo de o lead responder. O lead que clicou no anúncio por curiosidade frequentemente reage marcando como spam.

POR QUÊ

O algoritmo reconhece padrões de abertura comercial. Quando essa abertura é seguida de denúncias, o número é classificado como conta de marketing operando sem opt-in — violação direta da política.

 **NÃO FAÇA**

REGRA 02.02

Fazer promessas de resultado.

Afirmar ou sugerir que o lead tem direito a determinada quantia, que o caso "costuma render X", que existem decisões garantindo ressarcimento, ou qualquer formulação que prometa ganho.

POR QUÊ

Além de violar o Código de Ética da OAB (Provimento 205/2021), promessa de resultado em mensagem fria é classificada pelo algoritmo como padrão de fraude ou phishing. A política do Meta proíbe expressamente comunicações enganosas ou que exerçam pressão indevida.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 02.03

Usar termos sensacionalistas ou de urgência artificial.

"Você tem direito", "última chance", "poucas vagas", "válido só até hoje", "recupere agora" e variações. Esse vocabulário é típico de golpe e altamente penalizado.

POR QUÊ

O Meta treinou o sistema com milhões de exemplos de mensagens fraudulentas — essas expressões de urgência são marca registrada de tentativas de golpe. Mesmo que a intenção seja legítima, a mensagem se parece tecnicamente com uma fraude.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 02.04

Repetir a mesma mensagem para muitos destinatários.

Disparar o mesmo texto, ou variações mínimas, para dezenas ou centenas de leads em curto período. Mesmo que cada lead seja legítimo individualmente, o padrão de repetição é detectado.

POR QUÊ

O sistema compara mensagens que saem do mesmo número. Alta similaridade entre conversas com destinatários diferentes é classificada como envio em massa — uma das categorias mais vigiadas. Use variações reais de texto.

SEÇÃO 03

03 Estrutura visual das mensagens.

Antes mesmo de ler o conteúdo, o sistema observa o formato. A forma como você estrutura visualmente o texto comunica ao algoritmo o tipo de mensagem enviada — mensagens muito formatadas são identificadas como marketing automatizado.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 03.01

Enviar mensagens longas como primeiro contato.

Abrir a conversa com blocos de texto extensos, vários parágrafos, explicando o serviço, listando vantagens, fazendo várias perguntas em sequência.

POR QUÊ

Pessoas reais não enviam mensagens longas e estruturadas como primeiro contato. Esse padrão é exclusivo de comunicação comercial automatizada. Um bloco de texto longo de número desconhecido aumenta drasticamente a probabilidade de o destinatário marcar como spam.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 03.02

Usar muitos emojis decorativos e estruturais.

Encher a mensagem com emojis em sequência — marcas de verificação repetidas, setas, gráficos, balanças, lupas, foguetes — principalmente em formato de lista ou destaque visual.

POR QUÊ

Esse padrão é a assinatura visual de mensagens de marketing. Pessoas reais usam emojis emocionais em pequena quantidade, não emojis funcionais em série. O algoritmo interpreta alta densidade desse tipo de emoji como conta comercial operando marketing automatizado.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 03.03

Formatar a mensagem como um "panfleto".

Usar separadores, cabeçalhos em destaque, listas numeradas ou com bullets, blocos de "benefícios", chamadas para ação no final ("clique aqui", "responda SIM").

POR QUÊ

Conversa real não tem cabeçalho, separador nem chamada para ação. Esses elementos são típicos de email marketing e landing pages. Quando aparecem em mensagens de WhatsApp em conversa fria, o sistema classifica imediatamente como envio comercial sem consentimento.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 03.04

Mandar links e mídias na primeira mensagem.

Enviar link, foto, vídeo, áudio ou documento como abertura, antes de o lead responder qualquer coisa — especialmente links encurtados (bit.ly, tinyurl, etc.).

POR QUÊ

Links encurtados em mensagens iniciais são padrão clássico de phishing. Mídias em primeiro contato também, porque pessoas reais conversam em texto antes de mandar arquivos. O sistema do Meta tem peso especial para penalizar links suspeitos em conversas iniciadas pela empresa.

SEÇÃO 04

04 Volume e ritmo de envio.

O volume e o ritmo com que você inicia conversas é, isoladamente, um dos fatores mais importantes na decisão de banimento. Um número novo que começa disparando muito é praticamente garantido de ser banido em poucos dias.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 04.01

Iniciar muitas conversas novas **no mesmo dia.**

Em número novo ou recém-recuperado, evite iniciar mais de 20 a 30 conversas por dia nas primeiras semanas. Em números maduros o limite é maior — mas nunca confunda "número antigo" com "número imune".

POR QUÊ

O algoritmo monitora a proporção entre conversas iniciadas e respostas reais. Se você inicia 100 conversas e só 20 respondem, o sistema interpreta que 80 pessoas não queriam falar com você — sinal forte de envio sem consentimento.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 04.02

Disparar várias mensagens em sequência rápida.

Mandar 5, 10 ou mais mensagens proativas em poucos minutos, mesmo para destinatários diferentes. Um envio a cada 2 a 5 minutos é um ritmo mais seguro que rajadas concentradas.

POR QUÊ

Pessoas reais não disparam mensagens em rajada. Esse padrão temporal é assinatura de uso automatizado e é detectado pelo sistema independentemente do conteúdo. Conversas perfeitas enviadas em ritmo de bot são igualmente penalizadas.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 04.03

Pular o aquecimento de **número novo**.

Colocar um número recém-criado para operar em volume máximo logo no primeiro dia. Todo número precisa de aquecimento — volume crescendo gradualmente ao longo de semanas, com conversas reais e taxa de resposta saudável.

POR QUÊ

Números novos têm "reputação zero" para o sistema. Começar enviando alto volume é tratado como conta criada para spam — e resulta em banimento rápido. O aquecimento constrói reputação positiva antes de operar em escala.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 04.04

Operar em horários comercialmente agressivos.

Mandar mensagens proativas fora do horário comercial razoável (antes das 9h, depois das 20h, em finais de semana e feriados), sem necessidade clara.

POR QUÊ

Mensagens em horários incomuns têm taxa muito maior de denúncia. O destinatário incomodado às 22h de um sábado tende a marcar como spam mesmo que em outro horário responderia normalmente. Cada denúncia conta contra o número.

SEÇÃO 05

05 Leads que não respondem.

Um dos maiores erros que escritórios cometem é tratar leads silenciosos como leads que "ainda vão responder". Para o algoritmo, lead sem resposta é sinal negativo — e ele se acumula.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 05.01

Insistir em quem **não respondeu nenhuma vez.**

Mandar segunda, terceira, quarta mensagem para um lead que não respondeu a primeira. Mesmo que pareça "só um lembrete", cada mensagem adicional aumenta a probabilidade de denúncia.

POR QUÊ

O algoritmo monitora a proporção entre mensagens proativas e respostas. Se você manda três mensagens para um lead que nunca respondeu e ele finalmente marca como spam, o sistema interpreta assédio. Lead sem resposta não deve receber segunda mensagem proativa em curto prazo.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 05.02

Ignorar a métrica de taxa de resposta.

Continuar operando em alto volume sem acompanhar quantos leads efetivamente respondem às mensagens iniciais. Acompanhe esse número semanalmente — se cair, ajuste antes que o sistema ajuste por você.

POR QUÊ

Para o sistema do WhatsApp, taxa de resposta é o principal indicador de qualidade do número. Conversas sem resposta sinalizam que as pessoas não queriam ser contatadas.

LIMITE CRÍTICO

< 30%

Taxa de resposta abaixo de 30%
é sinal de problema sério.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 05.03

Trabalhar com lead muito frio (clicou há semanas).

Continuar tentando primeiro contato com leads que clicaram no anúncio há mais de 48 a 72 horas. Lead frio não lembra mais que pediu contato — e denuncia.

POR QUÊ

A janela "quente" de um lead de anúncio é curtíssima. Após três dias, a maioria não lembra do anúncio. Ao receber mensagem de número desconhecido, a reação é desconfiança ou denúncia. Lead frio deve ser abordado por outro canal (email, ligação) ou desconsiderado.

SEÇÃO 06

06

Verticais reguladas pelo Meta.

O Meta classifica determinadas categorias como "setores regulados" e impõe restrições especiais — em alguns casos, proibição absoluta. Atuar juridicamente em qualquer dessas áreas exige cuidado redobrado.

OS PRINCIPAIS SETORES REGULADOS INCLUEM

Dez categorias onde o algoritmo aumenta a fiscalização.

- Jogos de azar e apostas com dinheiro real

- Bebidas alcoólicas e tabaco

- Medicamentos (com ou sem receita)

- Produtos para adultos

- Armas de fogo e munições

- Serviços de empréstimo de curto prazo

- Marketing multinível

- Serviços de namoro online

- Criptomoedas e ICOs

- Modelos de negócio considerados fraudulentos, enganosos ou exploradores pelo Meta

⌘ NÃO FAÇA

REGRA 06.01

Tratar setores regulados sem entender as restrições.

Operar normalmente o WhatsApp para captação ou atendimento de casos que envolvam diretamente esses temas, sem verificar se o tema é permitido pela política do Meta no Brasil.

POR QUÊ

O algoritmo lê o conteúdo e classifica o número conforme os temas tratados. Não importa que você esteja do lado oposto — defendendo vítimas, não promovendo o produto. O sistema lê palavras, não intenções.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 06.02

Citar marcas e nomes de plataformas reguladas.

Mencionar repetidamente nomes de empresas ou plataformas que operam em setores regulados. Mesmo que o objetivo seja explicar que você atua contra essas empresas, a citação dos nomes aumenta o risco de classificação automática.

POR QUÊ

Os sistemas do Meta mantêm listas de marcas associadas a categorias reguladas. Quando um número cita repetidamente essas marcas, é classificado como relacionado àquela vertical. Use formulações genéricas ("plataformas digitais do setor") sempre que possível.

⌘ NÃO FAÇA REGRA 06.03

Ignorar a lista de países permitidos.

Operar a partir do Brasil tratando de temas que a política do Meta só permite em países específicos.

POR QUÊ

A política é geográfica. O fato de o tema ser permitido em algum lugar do mundo não autoriza o uso no Brasil. Cada mensagem brasileira sobre tema regulado fora da lista de países conta como violação direta.

EXEMPLO · APOSTAS

Mensagens sobre apostas só são permitidas em 5 países.

Austrália	Japão
Colômbia	México
Peru	Brasil ⌘

SEÇÃO 07

07 **Conduta após um banimento.**

A forma como você reage nas horas e dias seguintes determina se o problema fica circunscrito àquele número ou contamina toda a operação. A reação errada acelera o segundo, terceiro e quarto banimento.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 07.01

Repetir o mesmo padrão em um número novo.

Comprar um chip novo e voltar a operar exatamente como antes — mesmo conteúdo, mesmo volume, mesma estrutura, mesma base de leads. O segundo número será banido mais rápido que o primeiro.

POR QUÊ

O sistema aprende com cada banimento. Mesmo em número novo, sinais persistem: padrão de mensagens, base de leads, ritmo de envio, contexto da operação. Banimentos sucessivos confirmam que o problema está no padrão de uso, não no número específico.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 07.02

Recuperar a base de leads **pelo mesmo canal.**

Ao trocar de número, mandar mensagem em massa para toda a base avisando o novo número. Isso é o mesmo erro que causou o primeiro ban, agora multiplicado.

POR QUÊ

Mensagem em massa para base de leads sem opt-in atualizado é, tecnicamente, envio sem consentimento. O número novo, sem reputação, recebe essa carga toda de uma vez e é banido em poucas horas.

⊗ NÃO FAÇA

REGRA 07.03

Ignorar a causa do banimento e repetir.

Atribuir o banimento a "falha do WhatsApp", "problema da operadora", "culpa da ferramenta" e voltar a operar sem mudar nada.

POR QUÊ

Banimento quase nunca é aleatório. Cada banimento responde a um padrão detectado. Não investigar a causa garante que o próximo aconteça pela mesma razão. Antes de voltar a operar: o que mudou? Que padrão precisa ser ajustado?

⌘ NÃO FAÇA

REGRA 07.04

Criar múltiplos números no mesmo dispositivo.

Tentar contornar o banimento criando vários números no mesmo aparelho ou rede, ou usar ferramentas que simulam comportamento humano para escapar da moderação.

POR QUÊ

O sistema do Meta detecta múltiplos números operando do mesmo dispositivo ou rede. Quando identificado em contexto de operação banida, a sanção é estendida — não só o número, mas o dispositivo, a rede e potencialmente toda a organização.

SEÇÃO 08

08 Checklist final.

Use este checklist como revisão rápida da sua operação atual. Cada item marcado é um risco ativo. Quanto mais itens marcados, maior a probabilidade de banimento no curto prazo.

AUDITORIA RÁPIDA · PARTE 1 DE 2

Marque cada item que se aplica à sua operação.

- | | |
|--|--|
| ☐ Você inicia conversa com pitch comercial sobre o escritório | ☐ Você inicia mais de 30 conversas novas por dia em número novo |
| ☐ Suas mensagens fazem promessa ou sugestão de ganho | ☐ Você dispara várias mensagens em rajada (em poucos minutos) |
| ☐ Você usa termos de urgência ("última chance", "válido só hoje") | ☐ Você opera fora do horário comercial (antes de 9h, depois de 20h) |
| ☐ Você manda a mesma mensagem para muitos leads diferentes | ☐ Você aborda leads que clicaram no anúncio há mais de 3 dias |
| ☐ Suas mensagens iniciais têm mais de três parágrafos | ☐ Seu formulário não tem checkbox explícito de opt-in para WhatsApp |

AUDITORIA RÁPIDA · PARTE 2 DE 2

Continue marcando o que se aplica.

☐ Você usa muitos emojis estruturais (verificação, setas, gráficos)

☐ Você manda link ou mídia na primeira mensagem

☐ Você pergunta valor de causa, perda ou patrimônio no primeiro contato

☐ Você insiste em leads que não responderam a primeira mensagem

☐ Sua taxa de resposta é menor que 30%

☐ Você já comprou ou recebeu lista de leads de terceiros

☐ Você continua mandando mensagem para quem pediu para parar

☐ Você atua em vertical regulada (apostas, cripto, etc.) sem cuidado especial

☐ Você cita marcas/plataformas reguladas pelo nome nas mensagens

☐ Já teve número banido e voltou a operar do mesmo jeito

COMO INTERPRETAR

Conte os itens marcados.

Posicione sua operação dentro de uma das três faixas abaixo.

0 — 2

ITENS MARCADOS

Operação relativamente segura.

3 — 6

ITENS MARCADOS

Risco moderado.
Ajustes necessários no curto prazo.

7+

ITENS MARCADOS

Risco alto.
Banimento provável se nada for ajustado.

ENCERRAMENTO

Não existe meio-termo.

Ou você opera dentro das regras e o número se mantém saudável por anos, ou opera fora delas e perde número após número. A maior parte das orientações deste manual exige mudança de hábito, não de ferramenta.

Referência permanente

Releia a cada novo membro da equipe que entra na operação de WhatsApp.

Auditoria mensal

Use o checklist da seção 08 como rotina recorrente do escritório.

Em caso de banimento

Percorra as 20 perguntas honestamente antes de procurar um culpado externo.

SUPORTE E DÚVIDAS

A equipe da Causi está disponível para **você**.

ANÁLISE TÉCNICA

Análise técnica do fluxo específico do seu escritório.

REVISÃO DE SCRIPTS

Revisão de scripts de IA configurados no produto.

ADAPTAÇÃO POR VERTICAL

Orientação sobre como adaptar a operação ao perfil da sua área de atuação.