

## **Cinco dicas importantes para o uso do e-mail**

Drls? faço meu amor em vidrotil  
Nossos coitos serão de modernfold  
Até que a lança de interflex  
vipax nos separe em clavilux  
Camabel camabel o vale ecoa  
sobre o vazio de ondalit  
a noite asfáltica plkx

Carlos Drummond de Andrade

(Século passado) Quais são as partes do corpo humano? Cabeça, tronco e membros.

(Terceiro milênio) Quais são as partes do ser humano? Celular, internet, WhatsApp e demais aplicativos – de preferência, os + populares. blz?).

Neste mundo conturbado, eu digito. Logo, existo. Peço, portanto, que desvie, pelo amor de Deus, seu olhar do celular (*deixe no vibracall*) e se concentre no que eu digo.

Vou tc pra vc algumas dicas práticas, q têm mtu a v, pq irão ajudá-lo a tirar o maior proveito dos e-mails de negócios.

### **Primeira dica → Separe o público do privado**

A comunicação nas empresas não é espaço para manifestações tipo facebook/instagram. Assim, Por favor/você (**ou o senhor**) poderia fazer a gentileza **de/** Muito obrigado/ Grato pelas informações prestadas/ Colocamo-nos a sua (inteira) disposição para todos os esclarecimentos (adicionais) necessários, constituem marcas de cortesia para promover o diálogo e instaurar a convivência harmoniosa entre pessoas circunstancialmente conectadas.

Em tempo: Nada de pegadinhas, mensagens engraçadas, correntes ou avisos de vírus em ambientes profissionais. Textos ou vídeos que você julga interessantes não devem ser repassados a todos, indiscriminadamente. A intranet ou as redes sociais podem ser o espaço para isso.

Emoticons no campo profissional? Nem de brincadeira!... Fuja também das abreviaturas. Frequentemente, seu e-mail é parte inicial de um processo decisório, que passa pelo gestor imediato até chegar ao presidente da empresa. E é claro que você não vai querer pagar esse mico.

Em tempo: att é abreviatura de attention, do inglês. Nada a ver com atenciosamente.

### **Segunda dica → Seja cortês com o leitor**

Kant já dizia que “O homem é apenas o que a educação faz dele, e é essa disciplina que transforma a animalidade em humanidade”. A cortesia implica dar ao outro o mesmo tratamento que você gostaria de receber na relação cotidiana. Nada contra um Bom dia / Boa tarde, (Bom dia, Carlos) ou um Senhor / Senhora, (Senhor Carlos Alberto ou Senhor Fornecedor). Nos fechos, Um abraço/ Saudações ou um Atenciosamente/ Cordialmente.

## **Terceira dica → Segure a onda. E não entre no clima!**

Como nada do que o cliente diz é pessoalmente contra você, a cortesia deve ser preservada. Ser cortês não implica, no entanto, aceitar passivamente manifestações de violência objetiva. Basta apenas lembrar que ninguém ganha no grito.

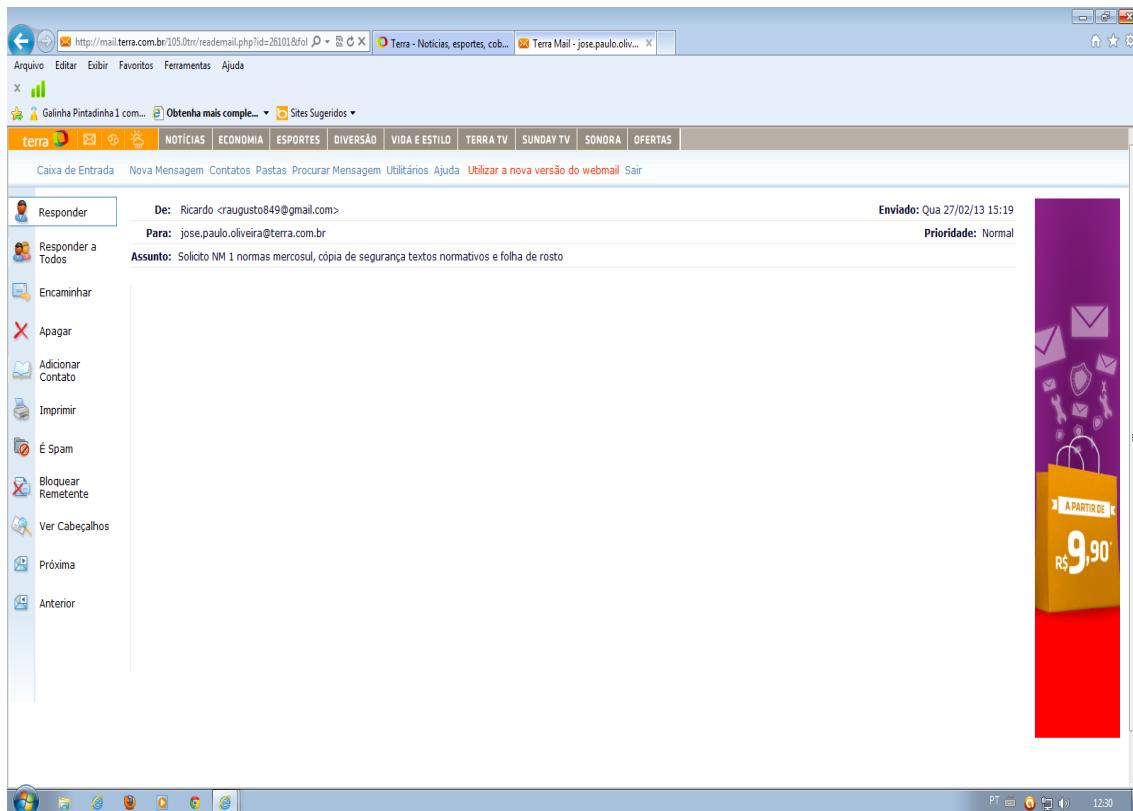
Claro que a cortesia não deve ser associada ao discurso falso, impertinente e indiferente. Certa vez, fiquei cinco dias (uma eternidade!) sem internet. Após frustradas e frustrantes tentativas para resolver o problema, enviei ao Fale Conosco da prestadora um texto mal-humorado, descrevendo minuciosamente o sofrimento de falar com o call-center e exigindo solução para o problema. Como resposta, recebi um e-mail-padrão, que começava mais ou menos assim:

Prezado Cliente,  
Ficamos muito felizes em receber seu e-mail e gostaríamos de saber em que podemos ajudá-lo.

Me desculpa. Mas pior do que o ódio é a indiferença. Moral da história: Tive um ataque de fúria, escrevi para o reclameAQUI e entrei com uma ação no Procon.

## **Quarta dica → Fuja das mensagens telegráficas**

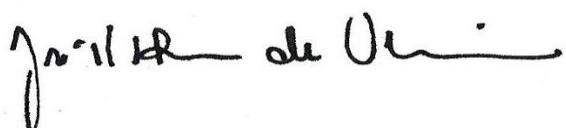
Mensagens por e-mail devem ser curtas e simples; só que mensagens curtas não quer dizer necessariamente telegráficas. Esse aí de baixo, eu recebi de um aluno. Merece resposta?



### **Quinta dica → Lembre-se das três perguntas mágicas**

1. O que o leitor precisa saber? → Diga logo o que você pretende no primeiro parágrafo. Se você tem de informar, informe; se tem de comunicar, comunique; se tem de avisar, avise. Diga logo o que o leitor precisa saber, no primeiro parágrafo de seu e-mail.
2. Para que o leitor precisa dessas informações? → Leitor não é adivinho, Reserve o último parágrafo para definir/lembra/sugerir o que o leitor pode/deve fazer diante das informações prestadas.
3. Que tipo de conhecimento o leitor tem do assunto → A resposta a essa pergunta é que irá determinar a extensão de seu e-mail. Se sua resposta for longa, convém "quebrá-la" em vários parágrafos. Se o assunto for muito intrincado, use e abuse dos anexos. Anexos são ótimos para enviar planilhas, gráficos, fundamentação legal, textos de apoio e tudo mais que puder ser "retirado", do texto principal, sem que o e-mail perca o sentido.

Respeite o tempo do leitor!



JOSÉ PAULO MOREIRA DE OLIVEIRA  
[jozepaulo41@gmail.com](mailto:jozepaulo41@gmail.com)

fonte: [www.zpc.com.br](http://www.zpc.com.br)