

# Envio de E-mail Marketing (HTML e Texto)

**Versão:** 1.0

**Última atualização:** 2025-01-XX

**Aplicável a:** e-mails promocionais, informativos e transacionais

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

---

## 1. Objetivo do documento

Este documento define as **diretrizes obrigatórias** para criação, validação, aprovação e envio de **e-mails** pela Orquestra, garantindo:

- Conformidade legal e regulatória
- Transparência e respeito ao destinatário
- Boa experiência de leitura em múltiplos dispositivos
- Proteção da reputação e entregabilidade da marca
- Governança de conteúdos produzidos por humanos e por IA

Estas diretrizes se aplicam a **times internos, agências, fornecedores e sistemas automatizados**.

---

## 2. Princípios fundamentais do canal E-mail

1. **Consentimento e expectativa**  
O destinatário deve reconhecer por que está recebendo o e-mail.
  2. **Transparência total**  
Ofertas, condições e intenções devem ser claras.
  3. **Controle do usuário**  
O cancelamento de comunicações deve estar disponível.
  4. **Entregabilidade e reputação**  
Boas práticas técnicas e de conteúdo são obrigatórias.
- 

## 3. Opt-out e cancelamento (obrigatório)

### Regras obrigatórias

Todo e-mail promocional deve conter:

- **Link visível de descadastro (unsubscribe)**
- Linguagem clara e respeitosa

#### **Exemplos aceitáveis**

- “Cancelar recebimento”
- “Descadastrar-se”
- “Não quero mais receber e-mails”
- Se você não deseja mais receber esses emails, clique aqui.

#### **Exemplos não aceitáveis**

- Texto confuso ou escondido
- Exigir login para cancelar
- Condicionar o cancelamento a atendimento humano

 **Ausência de unsubscribe é falha crítica (BLOCKER).**

---

## **4. Conteúdo e estrutura do e-mail**

### **Diretrizes gerais**

- Escaneável (parágrafos curtos, bullets).
- Um objetivo principal por e-mail.

### **CTA**

- Deve ser claro, específico e coerente com o conteúdo.
  - Evitar múltiplos CTAs concorrentes.
  - Texto do botão deve indicar ação real (“Simular”, “Acessar”, “Ativar”).
- 

## **5. Promessas, ofertas e condições**

### **Proibições absolutas**

É proibido:

- Garantir resultados (“100% garantido”, “sem risco”).
- Omitir condições relevantes.
- Criar falsa escassez (“últimas vagas”) sem base real.

### **Transparência obrigatória**

Quando houver:

- preços
- taxas
- descontos
- benefícios financeiros

Devem constar:

- condições mínimas essenciais
  - prazos
  - limitações relevantes
- 

## 6. Privacidade e dados pessoais

### É proibido

- Incluir dados pessoais sensíveis no corpo do e-mail.
- Inferir situações pessoais (“sabemos que você está precisando...”).
- Expor informações que possam ser compartilhadas indevidamente.

### Personalização permitida

- Primeiro nome
  - Referência genérica a produtos/serviços
  - Conteúdo contextual **sem revelar dados sensíveis**
- 

## 7. Boas práticas técnicas (HTML)

### Estrutura

- HTML simples, compatível com clientes de e-mail.
- Uso de tabelas quando necessário.
- Fallback em texto (plaintext).

### Obrigatório

- **Link de unsubscribe/descadastramento**
- **Endereço físico ou identificação institucional da Orquestra**
- Texto alternativo (alt) em imagens relevantes

### Proibições

- Scripts (JavaScript)
- Formulários interativos

- Conteúdo que quebre clientes de e-mail comuns
- 

## 8. Acessibilidade

- Contraste adequado entre texto e fundo.
  - Fontes legíveis.
  - Não depender apenas de imagens para transmitir informação.
  - Alt-text descritivo em imagens importantes.
- 

## 9. Linguagem e tom de voz

### Diretrizes

- Linguagem clara, profissional e respeitosa.
- Evitar jargões internos.
- Coerência com a marca Orquestra.

### Emojis

- Permitidos com moderação, preferencialmente no assunto/preheader.
  - Nunca comprometer clareza ou profissionalismo.
- 

## 10. Entregabilidade e anti-spam

### Boas práticas

- Evitar palavras associadas a spam (“GRÁTIS!!!”, “URGENTE!!!”).
- Não usar excesso de imagens.
- Balancear texto e imagem.
- Evitar anexos em campanhas promocionais.

### Frequência

- Evitar envios excessivos.
  - Não reenviar e-mails ignorados sem mudança relevante.
- 

## 11. Segurança e phishing

## Proibições

- Solicitar senhas, códigos, dados pessoais.
- Linguagem alarmista fora de contexto legítimo.
- Links mascarados ou enganosos.

## Diretriz

E-mails de segurança devem direcionar o usuário ao **app ou site oficial**, nunca pedir ação sensível diretamente no e-mail.

---

## 12. Uso de Inteligência Artificial

- Conteúdos gerados por IA devem respeitar integralmente estas diretrizes.
- Sugestões de IA devem:
  - ser auditáveis
  - permitir aceitação/rejeição humana
  - registrar versão do prompt/modelo
- IA **não substitui** aprovação humana final.