



## **Email Marketing: Pós-Graduação em Arquitetura Contemporânea<sup>1</sup>**

Silvia Fernanda Santos de SENA <sup>2</sup>

Thiago Jerohan Albuquerque da Cruz<sup>3</sup>

Fernando Israel FONTANELLA<sup>4</sup>

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

### **RESUMO**

O presente *paper* tem por objetivo apresentar e relatar o processo de desenvolvimento de material para email marketing para o Pós Graduação em Arquitetura Contemporânea da Universidade Católica de Pernambuco, pela equipe da Aê - Agência Experimental de Publicidade e Propaganda da UNICAP. A ação teve por objetivo atender as necessidades de divulgação do referido curso, fomentar o interesse entre potenciais alunos e gerar o maior número possível de inscrições.

**PALAVRAS-CHAVE:** agência experimental; publicidade e propaganda; arquitetura; email marketing.

### **INTRODUÇÃO**

A Agência Experimental de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Pernambuco, a Aê, foi criada em 2005 para proporcionar aos alunos um laboratório de experimentação com a prática publicitária. Prevista no projeto pedagógico do curso desde a sua fundação, a agência é responsável pela comunicação da Universidade para o público interno, além de oferecer serviços de comunicação de marketing para um conjunto de instituições sem fins lucrativos.

O presente *paper* tem por objetivo apresentar e relatar o processo de desenvolvimento de material para email marketing para o Pós Graduação em Arquitetura Contemporânea da Universidade Católica de Pernambuco, pela equipe da Aê. A ação teve por objetivo atender as necessidades de divulgação do referido curso, fomentar o interesse entre potenciais alunos e gerar o maior número possível de inscrições.

A Aê foi procurada pelos professores que coordenam o curso de graduação de Arquitetura e o Programa de Pós-Graduação em Arquitetura Contemporânea em janeiro de

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Cartaz Avulso, modalidade cartaz avulso.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: [silvia.sfsena@gmail.com](mailto:silvia.sfsena@gmail.com).

<sup>3</sup> Estudante do 2º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: [ja.thiago@gmail.com](mailto:ja.thiago@gmail.com).

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: [prof.fontanella@gmail.com](mailto:prof.fontanella@gmail.com).



2010. Havia a necessidade de preparar um materia de divulgação do curso com urgência, tendo em vista que problemas diversos haviam atrasado o processo de aprovação do curso. Por conta disso, o tempo para a preparar a comunicação era reduzido, e seria preciso que a Aê encontrasse e aprovasse soluções em prazos bastante curtos. Além disso, havia uma preocupação forte para que a comunicação adotada correspondesse às expectativas que o corpo docente do curso de Arquitetura mantinha sobre a proposta do curso e o seu sucesso.

A campanha completa seria composta por cartazes, *folders*, anúncios em jornal e ação de email marketing.

## **2 OBJETIVO**

A ação de email marketing realizada pelo Programa de Pós Graduação em Arquitetura Contemporânea teve por objetivos:

- a. Enviar para a database do curso de arquitetura um email divulgando a abertura das inscrições do curso, de forma a estimular a retransmissão de informações a uma base de potenciais interessados em realizar o curso de pós-graduação oferecido
- b. Aumenta a consciência entre os profissionais de arquitetura do Recife sobre as características do Curso de Pós-Graduação em Arquitetura Contemporânea da UNICAP.
- c. Comunicar um posicionamento para Programa, enfatizando seu caráter pioneiro, inovador e atual.
- d. Utilizar uma forte identidade visual, que comunique bom gosto, estilo e que seja coerente com o tema do curso.
- e. Informar os potenciais interessados sobre as características do curso, investimento necessário, período de matrículas e programa de disciplinas.

## **3 JUSTIFICATIVA**



A Agência Experimental de Publicidade e Propaganda da Unicap - Aê tem como um de seus objetivos explorar a capacidade criativa dos alunos para além de soluções conceituais convencionais. Demandas de comunicação cotidianas recebidas pela agência oferecem aos alunos a possibilidade de buscar a inovação e experimentar com as possibilidades de direção de arte.

O trabalho desenvolvido para o Programa de pós Graduação de Arquitetura da UNICAP constituiu um trabalho ao mesmo tempo estimulante e desafiador. A representação do Programa - e a avaliação e aprovação do trabalho - foi realizada por professores do curso de arquitetura, extremamente exigentes dotados de um repertório visual bastante sofisticado. Esse aspecto é agravado pela dificuldade de trabalhar com um tema específico, trabalhado de forma complexa por quem estuda e pesquisa sobre o tema. Os estagiários da Aê que receberam a atribuição de realizar esse trabalho específico não puderam evitar uma pressão implícita pela alta exigência de qualidade de um trabalho que precisava corresponder a um cliente e a um público que seriam excepcionalmente atenciosos com a direção de arte.

Uma ação de email marketing é dependente de sua relevância para o público - no caso, dada pelas informações de um curso que têm apelo para o mercado - e pela aproximação visual correta, que passa imediatamente uma percepção da qualidade do que está sendo oferecido. Nesse sentido, trata-se de um trabalho que coloca em teste a percepção contextual da equipe da Aê.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O trabalho aqui apresentado se inscreve no contexto de um conjunto de materiais encomendados para a divulgação do Curso de Pós-Graduação em Arquitetura Contemporânea. Houve uma manifestação, por parte do cliente, de uma demanda específica por um material adaptado para que fosse distribuído por uma database de emails do curso, composta majoritariamente por profissionais, empresas e organizações atuantes no mercado de arquitetura da Região Nordeste e por alunos egressos do curso de graduação em Arquitetura da UNICAP. Sendo assim, a linha geral desenvolvida para a campanha foi utilizada para a geração de uma imagem leve a ser anexada aos emails enviados.

Para a elaboração do conceito das peças, foi necessário que os alunos fizessem uma imersão no universo temático do curso promovido. Para isso, houve um contato bastante



intenso com os professores de Arquitetura envolvidos, em que no curto espaço de tempo disponível os estagiários da Agência buscaram referências de trabalho ao mesmo tempo em que já apresentavam propostas iniciais. De comum acordo, algumas idéias alternativas, ainda em um período inicial, foram apresentadas ao cliente, de forma a explorar a sensibilidade de profissionais de arquitetura e obter a segurança para a realização de uma idéia mais madura. Dessa forma, foi possível que os alunos ganhassem gradualmente a autonomia criativa para poder criar sobre referências estéticas que não dominavam inicialmente.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A solução visual da campanha pautou-se por citar elementos da arquitetura contemporânea, o que foi feito através do aproveitamento de uma imagem que enquadra o detalhe de um prédio que representa bem o espírito de estilos contemporâneos. O tratamento dado à imagem e os filtros aplicados expressam um sentido de urbanidade elegante, e reforçam traços mais imediatamente associados ao trabalho do arquiteto.

A quantidade de informações que precisava ser comunicada demandou a organização e hierarquização do texto através de elementos visuais que jogavam com o espaço e a cor, de forma coesa com o visual provocado pela imagem.

A redação utilizada teve a preocupação de ressaltar o pioneirismo do curso, uma qualidade muito enfatizada pelo cliente e um importante diferencial no contexto de concorrência enfrentado. É necessário destacar a importância da apresentação compacta do programa de disciplinas, essencial para que o público entendesse como esse pioneirismo se concretizava em conteúdos consistentes.

No conjunto, a combinação de imagem e texto traduz uma estética bem atual, e que foi bastante apreciada pelos professores de arquitetura que faziam parte da equipe que aprovou o trabalho.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

A peça apresentada representa a preocupação com a excelência criativa da Agência Experimental de Publicidade e Propaganda a Unicap, e a capacidade que a equipe tem de apresentar soluções que atendem às necessidades de clientes e públicos excepcionalmente exigentes em aspectos específicos. A sensibilidade estética dos profissionais de arquitetura é



atenta para detalhes, referenciada em um rico repertório visual e orientada por padrões profissionais que não são dominados por um estudante de Publicidade. Mesmo assim, a equipe da Aê não se viu intimidada, e soube trabalhar intimamente com o cliente para encontrar os elementos e o tom certo para atender às suas expectativas.