

## Mazaah! Agência Experimental de Propaganda da Universidade Federal do Pampa<sup>1</sup>

Fernando SANTIAGO<sup>2</sup>  
Nátalie de Oliveira BROMBILLA<sup>3</sup>  
Priscila Batista de CASTRO<sup>4</sup>  
Renata Corrêa COUTINHO<sup>5</sup>  
Damaris STRASSBURGER<sup>6</sup>  
Fernando da Silva SANTOR<sup>7</sup>  
Merli Leal SILVA<sup>8</sup>  
Juliana Zanini SALBEGO<sup>9</sup>  
Denise Aristimunha de LIMA<sup>10</sup>  
Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

### RESUMO

Este *paper* busca apresentar a Mazaah! Agência Experimental de Propaganda da Universidade Federal do Pampa e alguns dos trabalhos realizados pelos alunos que compõem a equipe, produzidos no decorrer do ano de 2013. Na Mazaah! os discentes podem ter a experiência de trabalhar em uma agência de verdade antes mesmo de serem submetidos ao mercado publicitário. Por ser um projeto de ensino, a agência colabora para o aprendizado acadêmico que é colocado em prática com o auxílio de professores qualificados, garantindo uma maior abrangência de sentidos e conhecimento no momento da criação de uma campanha publicitária.

**PALAVRAS-CHAVE:** agência experimental; mercado de trabalho; campanha; experiência.

### 1 INTRODUÇÃO

A Mazaah! Agência Experimental de Propaganda é um espaço que proporciona aos acadêmicos do curso de Comunicação Social Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa, *campus* São Borja, a possibilidade de aliar o aprendizado em sala de aula com as práticas profissionais da publicidade, atendendo clientes reais, aproximando-os, assim, da realidade e vivências que encontrarão no mercado de trabalho.

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Jr. de Publicidade e Propaganda.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo, estudante do 8º semestre do curso de Publicidade e Propaganda, email: fetutty@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 4º semestre do curso de Publicidade e Propaganda, email: natalie.rec@hotmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 4º semestre do curso de Publicidade e Propaganda, email: priscilabatista15@hotmail.com

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: renatacoutho@unipampa.edu.br.

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: damaris.strassburger@gmail.com.

<sup>7</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: fernandosantor@unipampa.edu.br.

<sup>8</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: merlileal@gmail.com.

<sup>9</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: julianasalbego@unipampa.edu.br.

<sup>10</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: denisealima@gmail.com.

Inicialmente constituída por cinco professores orientadores e dez alunos estagiários, em abril de 2013 a Mazaah! deu início às suas atividades. Os clientes da agência constituem-se, basicamente, em dois tipos: Externos (ONG's, órgãos e instituições governamentais) e Internos (cursos da UNIPAMPA São Borja e/ou dos demais *campi*, bem como seus grupos de pesquisa e extensão, e demais departamentos e secretarias da Instituição).

A estrutura da agência, tal como nas agências do mercado, constituiu-se pelos departamentos de Atendimento, Planejamento, Redação, Direção de Arte, Produção Gráfica e Produção Audiovisual e para *Web*, sendo um professor orientador e dois estagiários de referência para cada área. No entanto, os alunos não ficam engessados nos seus departamentos, por vezes os acadêmicos desenvolvem atividades em uma ou mais áreas além das quais foram designados. Durante o desenvolvimento dos trabalhos, desde a captação do *briefing* até a apresentação final para o cliente, os estagiários são acompanhados e avaliados constantemente pelos professores orientadores, sendo cada etapa construída a partir de uma sólida reflexão que alia os conceitos teóricos à prática.

No ano de 2013 a Mazaah! atendeu os seguintes clientes, dos quais terão suas demandas abordadas posteriormente: o Curso de Relações Públicas da UNIPAMPA; o Fórum Estadual de Supervisão de Estágio em Serviço Social - RS; o Instituto Federal Farroupilha e o Núcleo de Desenvolvimento Educacional – NuDE São Borja, o qual solicitou materiais de divulgação para o Projeto de Extensão “Na hora do mate”.

## **2 OBJETIVO**

A Mazaah! Agência Experimental de Publicidade e Propaganda da UNIPAMPA tem como objetivo principal capacitar os acadêmicos do curso de Publicidade e Propaganda para as atividades práticas do meio publicitário, tornando a formação acadêmica dos alunos complementada através da teoria e prática que serão exercidas. Com esse propósito, são executadas as etapas de trabalho de uma Agência de Publicidade Escola, em um espaço de atuação mercadológica onde se realizam trabalhos com o diferencial da supervisão e orientação de professores do curso.

Nesse sentido, a Mazaah! se propõe a aproximar a academia da realidade mercadológica, ressaltando a importância da aplicação teórica à prática, oportunizando aos alunos do curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAMPA o aperfeiçoamento em áreas específicas da atividade publicitária, voltadas à criação de campanhas institucionais e

serviços de comunicação para ONGs e parceiros, assim como à elaboração de projetos relacionados aos cursos do *campus*.

Desejando ser vista como referência em Publicidade e Propaganda da UNIPAMPA *campus* São Borja, a agência experimental possui valores como ética, criatividade, ousadia, entusiasmo e transformação.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Embora o curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAMPA não ofereça estágio curricular obrigatório, é reconhecida, pela Instituição, a importância de oferecer aos acadêmicos a oportunidade de complementar o processo de ensino e aprendizado através de estágios extracurriculares. Considerando a localização geográfica na qual a Instituição e o curso estão inseridos, longe dos grandes centros, por vezes o mercado publicitário local e regional não dá conta de absorver toda a mão de obra disponível, sendo assim, a Mazaah! se justifica por representar uma oportunidade para que os discentes do curso de Publicidade e Propaganda consigam viabilizar a prática do estágio supervisionado.

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

A Mazaah! Agência Experimental de Propaganda possui, em seu ambiente trabalho, computadores próprios da instituição com *softwares* de edição instalados para um melhor procedimento do trabalho que está sendo desenvolvido. A sistemática de trabalho prevê uma atuação orientada, por meio da supervisão dos professores (coordenadores do projeto) que estão sempre dando auxílio às tarefas que são realizadas dentro da Agência.

#### **4.1 A equipe**

Como projeto de ensino, a agência conta com professores orientadores que estão sempre à disposição para auxiliar na execução de todos os *jobs* recebidos. A equipe é formada por dois estagiários em cada uma das áreas que compõem uma agência (MARTINS, 2010): Redação, Atendimento e Planejamento, Direção de Arte, Produção Gráfica, Produção Eletrônica e para *Web*. Vale ressaltar que os alunos selecionados são voluntários, tendo em vista que o Projeto de Ensino ainda não dispõe de nenhuma bolsa e que o período de vigência do estágio é de um ano. Ao término desse período, é realizada uma nova seleção para a composição do grupo que dará continuidade aos trabalhos desenvolvidos na Mazaah!.

## 4.2 A seleção dos estagiários

O processo de seleção é dividido em três etapas, e inicia pela entrega do histórico escolar (que atesta que o aluno está matriculado regularmente no curso) e da ficha de inscrição, na qual o candidato indica a vaga em que deseja atuar dentro da agência. A etapa seguinte se constitui pela realização de uma prova, com teor seletivo, com todos os alunos que manifestaram interesse pelas vagas. Nessa prova, os candidatos devem resolver um problema de comunicação pertinente à vaga que solicitaram, dentro de um tempo determinado pela banca avaliadora – constituída pelos professores orientadores. A terceira e última etapa da seleção consiste em uma entrevista individual, cuja avaliação é feita pelos professores orientadores, separadamente, de acordo com o cargo/área dos candidatos, conforme a expertise de cada professor. Além da entrevista, consideram-se, nessa fase, as notas obtidas nos semestres cursados.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para melhor organização dos *jobs*, um fluxo de atividades foi produzido com o objetivo de auxiliar nos processos de coordenação da equipe e de andamento dos trabalhos. A imagem abaixo ilustra esse fluxo.

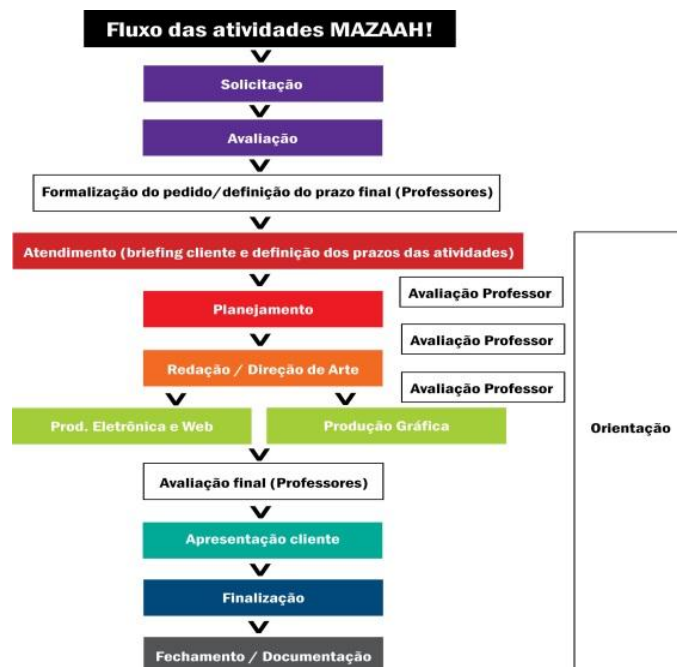


Figura 1: Fluxo das atividades da agência

As demandas são recebidas exclusivamente pelos professores, que levam em consideração os trabalhos em andamento para decidirem as prioridades de execução. Se uma campanha é considerada relevante, os professores solicitam aos alunos que executem o trabalho, definindo um prazo para a apresentação do mesmo à banca avaliadora da agência. A próxima etapa fica por conta do Atendimento, “ele é o verdadeiro representante na agência de publicidade no trato com o cliente [...]” (BONA, 2007, p. 54). É parte essencial desse fluxograma, pois é a partir da captação de informações feitas por ele que pode se ter uma ideia do que passar para a criação, com base no que o cliente deseja para sua marca/produto/serviço.

O papel dele deve ser, ainda, o de um estrategista proativo em comunicação, detendo um conhecimento profundo de todas as possíveis escolhas que podem ser utilizadas para a resolução dos problemas do cliente. De posse dessas informações, o Atendimento tem condições de sair do cliente com a estratégia previamente definida, evitando idas e vindas e perdas desnecessárias de tempo (BONA, 2007, p. 55).

Após o *briefing* ser coletado, as informações são passadas para os profissionais do Planejamento, aos quais “[...] cabe o exercício da virtude da organização, da busca dos dados que faltam para planejar com segurança e da resolução parcial dos problemas do cliente.” (BONA, 2007, p. 56). Depois de organizadas as informações e os dados e estabelecidas as principais estratégias a serem desenvolvidas, a demanda é repassada para a equipe de Criação, para que a mesma consiga solucionar o problema de comunicação relatado, logo no início, em relação ao cliente. A equipe de Criação é composta pelo Redator e Diretor de Arte, quais têm a missão de transformar problemas em soluções viáveis para o cliente e sua empresa/produto/serviço.

Dentro ainda dessa missão está a de casar o argumento/mote com uma arte coerente e que se encaixe perfeitamente no contexto. Para isso a dupla de Criação precisa pensar nas caras e bocas que a modelo vai fazer, no roteiro do *spot*, nas emoções e na subjetividade que precisa ser passada na estratégia (BONA, 2007, p. 60).

Um dos problemas enfrentados pela dupla de criação é o pouco tempo oferecido para a execução dos trabalhos, pois “a missão da dupla de criação é captar a essência criativa do planejamento estratégico de comunicação que vai solucionar o problema do cliente.” (BONA, 2007, p. 60).

Durante todo o processo de captação de dados e criação, os professores avaliam cada etapa do processo para uma melhor elaboração das campanhas e peças. Por fim tudo é

repassado para os estagiários da área de Produção Eletrônica e Web, que têm como missão “garantir a qualidade e o cumprimento dos prazos prometidos nas produções de *jingles* para o rádio e de comerciais para TV e cinema [...]” (BONA, 2007, p. 70). Ao mesmo tempo, a equipe de Produção Gráfica põe em prática o que a dupla de Criação lhe repassou, trabalhando toda a parte do *design* gráfico da campanha/peça, “são eles os responsáveis pela finalização e fechamento das peças publicitárias.” (BONA, 2007, p. 69).

O trabalho finalizado é apresentado aos professores orientadores, que fazem uma avaliação final, antes da apresentação ao cliente. No caso de aprovação, as produções – que devem estar de acordo com que o cliente solicitou – são apresentadas para o cliente. A campanha, depois de finalizada, tem a sua documentação fichada, estabelecendo o encerramento do *job* e armazenando-o no portfólio da agência.

Trabalhando com base nesse fluxo, das demandas desenvolvidas no ano de 2013, destacam-se:

### **5.1 Curso de Relações Públicas**

O curso de Relações Públicas, com ênfase em Produção Cultural, da UNIPAMPA proporciona aos seus alunos a oportunidade de conhecer o funcionamento do trabalho de um profissional dessa área através da experimentação por meio da Agência Experimental de Relações Públicas. Por meio dessa agência – que trabalha de modo integrado com a Mazaah! – foram solicitadas as seguintes demandas a serem realizadas, com um caráter institucional, para o *campus* São Borja da UNIPAMPA: Guia dos bixos, um folder para auxiliar os alunos ingressantes da universidade vindos de fora da cidade a se localizarem mais facilmente; *folders* institucionais dos cursos contendo todas as informações pertinentes aos alunos sobre os cursos da UNIPAMPA, produzidos separadamente por curso; *layout* do boletim digital da direção, que visava uma nova identidade para consolidar a imagem do boletim da direção do *campus*, que é enviado para os alunos via *e-mail* visando compartilhar todas as informações das atividades na Instituição; *banner* dos cursos e da Instituição, um material para ser utilizado pela UNIPAMPA em eventos acadêmicos fora do *campus*.





### 5.3 Processo seletivo do Instituto Federal Farroupilha

O Instituto Federal Farroupilha é uma instituição federal de ensino que abrange grande parte do estado do Rio Grande do Sul. Com o intuito de divulgar o processo seletivo 2014, essa campanha também visava unificar e consolidar a imagem da instituição, assim fazendo com que aumentasse a procura dos jovens pelas inscrições. Com uma verba de duzentos mil reais disponível, as seguintes peças foram produzidas: *hotsite*, *fanpage*, *VT* de 30s para televisão, *spot 30''*, anúncio para jornal, cartaz, panfleto, faixa de rua, adesivos, adesivos veiculares micro perfurados (*taxidoor*), camisetas e *press kit*. Essa foi a maior campanha produzida pela agência no ano de 2013, tanto em caráter financeiro como em termos de experiência. A partir dessa demanda, foi necessário e possível ampliarmos ainda mais nossos conhecimentos, tendo em vista que os demais trabalhos realizados não exigiam alguns esforços que essa campanha demandou. Através dessa campanha, embarcamos no verdadeiro mercado publicitário, por meio da produção de materiais que abrangeram os nove *campi* do Instituto Federal Farroupilha, permitindo uma visão clara do funcionamento da publicidade.



Figura 4: Cartaz da campanha do IFF

### 5.4 Núcleo de Desenvolvimento Educacional – NuDE São Borja - Projeto de Extensão “Na hora do mate”

O NuDE é um setor vinculado à coordenação acadêmica da UNIPAMPA responsável pelo apoio pedagógico e assistência estudantil. O projeto de extensão “Na hora do mate” tem foco no ensino-aprendizagem que consiste em valorizar os temas e as culturas mais próximas, promovendo debates, pesquisas e ações entre a comunidade acadêmica. Essa demanda solicitava a criação de uma identidade visual para o projeto – que não possuía nenhuma imagem, pois se tratava de um projeto novo – e de um *layout* de cartaz



para a divulgação quinzenal das datas e temas dos encontros. Como solução, adotou-se a proposta de um *layout* único com variação de cor em cada novo encontro, para não causar confusão com a divulgação dos encontros anteriores – há variação da cor e das informações (data e título do encontro), mas se mantém o mesmo *layout*.



Figura 5: Cartaz do projeto “Na hora do mate”

## 6 CONSIDERAÇÕES

Com este *paper* foi possível observar o funcionamento da Mazaah! Agência Experimental de Propaganda, desde a seleção dos bolsistas até o fluxo das atividades. Com uma pequena amostra dos trabalhos realizados, é possível notar que todas as campanhas foram minuciosamente selecionadas e executadas com a dedicação de todos, dando a elas características exclusivas. A dedicação dos professores em orientar, faz com que os estagiários se tornem cada vez mais incentivados a realizar os trabalhos, executando-os com extremo zelo, cuidado e atenção.

A Mazaah! possui um ambiente que ajuda os alunos participantes a colocarem em prática a teoria e o aprendizado vistos em sala de aula, ao longo do curso. Desse modo, permite aos alunos experimentarem e vivenciarem o mercado de trabalho antes de saírem da graduação, ampliando seus horizontes e preparando-os para ultrapassarem os obstáculos do campo de atuação da Publicidade e Propaganda.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BONA, Nivea Canalli. **Publicidade e Propaganda: da agência à campanha**. Curitiba: Ibpe, 2007.

CORRÊA, Roberto. **O atendimento na agência de comunicação**. São Paulo: Global, 2006.

DIAS, Sérgio Roberto. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência de explicar**/ Júlio Ribeiro [et al.]- 3. ed.-12. reimpr.- São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS, Zeca. **Propaganda é isso aí!: um guia para novos anunciantes e futuros publicitários**. São Paulo: Saraiva, 2010.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1999.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática** / Armando Sant'Anna, Ismael Rocha Júnior, Luiz Fernando Dabul Garcia. 8ª. ed. rev.e ampl.- São Paulo: Cengage Learning, 2013.