



Enfim chegamos... ao fim: O desenvolvimento da Mazaah! Newsletter

Antônio Kanaan Fassbinder, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Luis Henrique de Almeida, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Maria Eduarda Salino Pedroso, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Paloma Ferreira de Sousa, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Robson José da Silva Junior, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Juliana Zanini Salbego, docente, Universidade Federal do Pampa

e-mail primeira autora- palomasousa.aluno@unipampa.edu.br

A Agência Experimental de Publicidade e Propaganda - Mazaah!, da Universidade Federal do Pampa - Campus São Borja é um laboratório do curso de Publicidade que atende duas instâncias: a pedagógica e a produção institucional. A Mazaah! tem como objetivo proporcionar a prática profissional dos alunos na agência. No ano de 2020, reformulamos nossa metodologia de trabalho devido à pandemia, desta maneira elaboramos formas alternativas de comunicação remota, como: uso do *WhatsApp*, compartilhamento de conteúdo pelo Drive e reuniões periódicas à distância. Após análises de pesquisas feitas com a comunidade acadêmica, identificamos que havia pouco conhecimento sobre os processos de trabalho e produções que a agência realizava. Desta forma, surge a problemática de como agregar valor e reconhecimento para a marca Mazaah!, tanto para o público externo quanto para o público interno, e como potencializar as experiências e produções entre os membros da equipe. Para o reposicionamento da agência, nos baseamos em pressupostos de branding de Marty Neumeier (2000) e Roberto Corrêa (2006) em relação ao planejamento e demais áreas da agência. A partir disso, traçamos novos valores institucionais para nortear as ações da agência, sendo eles: experiência; proatividade; trabalho em equipe; responsabilidade e versatilidade, a fim de promover o aprendizado adquirido pelos colaboradores do projeto à comunidade acadêmica. A Mazaah! se caracteriza como um ambiente diverso, para vivenciar experimentações fora da sala de aula, por isso traçamos como conceito de reposicionamento da agência: “Criar, Aprendendo e Inspirando”. Em vista disso, todos os projetos, internos e externos, seguem um percurso de descoberta, aprendizagem e inspiração nas produções para contribuir com o nosso futuro profissional. Levando em consideração que a Unipampa se localiza no extremo oeste do estado do Rio Grande do Sul, onde há baixa demanda de estágios e empresas especializadas em comunicação, o projeto aparece como um espaço importante para a prática publicitária. Assim sendo, a estratégia de produção de uma Newsletter surgiu com o objetivo de gerar experiências e novas práticas profissionais aos integrantes. Neste sentido criamos e produzimos uma newsletter da agência com assuntos, dicas e conteúdos do universo da comunicação. Tudo com o propósito de externar o que é aprendido dentro da Mazaah! para os outros discentes de

comunicação social, a fim de potencializar o posicionamento da agência diante da realidade acadêmica. Levamos em conta a pesquisa de 2020 realizada pela Nielsen Brasil em parceria com a Toluna, em que aponta um crescimento expressivo no consumo de Newsletters por parte de empresas, cujo formato possibilita maior profundidade, construção de relacionamento e consistência com os inscritos, por meio de assuntos carregados de tendências, quadros e subdivisões para indicação de podcasts, filmes e notícias frescas. Em suma, a newsletter da agência faz parte da nossa inovação junto às tendências do mercado, bem como o cultivo da comunicação direta com os nossos assinantes. A *Mazaah! Newsletter* buscou se comunicar através de uma linguagem informativa e descontraída, a fim de divertir o leitor através da proximidade nas falas, *gifs* e memes. Geralmente, os temas mensais estavam voltados ao período do calendário que cada edição era escrita. Foram produzidas quatro edições da *Newsletter*, sendo elas: #01 Enfim chegamos; #02 Hoje a festa é sua. Hoje a festa é nossa; #03 Especial Férias - Tendências 2021 e #04 A importância da pesquisa. A newsletter era composta por quadros que variavam de acordo com a temática de cada edição, por exemplo o quadro “Glossadicas” consistiu em espaço da newsletter com dicas e vocabulários do universo da comunicação. Já o quadro “Ideais fantásticas e onde habitam” consistiu em uma seção que apresentava cases, estratégias e ações comunicacionais inovadoras e eficientes do mercado publicitário e, por fim, o “Mazaah Indica” com sugestões de filmes, séries, premiações entre outros. Dessa forma, os resultados obtidos, respectivamente, de cada edição da Newsletters, foram: de 27 assinantes, teve-se 63% taxa de abertura e 11,11% taxas de cliques; de 35 assinantes, 57,1% abriram o email e 11,4% de cliques; 34 assinantes, 47,1% taxa de abertura e 8,8% taxa de cliques e por último de 37 inscritos, 27,8% taxa de abertura e 11,1% taxa de clique. Com isso, percebemos que o engajamento arrefeceu ao longo dos lançamentos mensais, por isso, realizamos uma pesquisa com os inscritos sobre o consumo e o formato da newsletter e percebemos que em meio a tantos emails já recebidos pelos inscritos, o da Mazaah! não estava sendo a prioridade. Por isso, encerramos as edições da Newsletter abordando sobre a importância da pesquisa na publicidade, que envolve conhecer o público e criar conteúdos que estes consomem e engajem.

Palavra-chave: Newsletters; Mazaah!; Agência; Experimentar.