

Campanha processo Seletivo Agência Mazaah! 2022

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.
João Paulo Pinto Pombalino, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja
João Vitor Marques Leonardi, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja
Paloma Ferreira de Sousa, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja
Juliana Zanini Salbego, docente, Universidade Federal do Pampa

Luisalmeida.aluno@unipampa.edu.br

O presente trabalho consiste no planejamento e execução do processo seletivo para novos membros da equipe da agência experimental Mazaah!. A agência é um projeto de ensino do Curso de Publicidade e Propaganda da Unipampa, localizado no campus São Borja e que se caracteriza como um espaço complementar de ensino para que os discentes tenham uma primeira aproximação da prática profissional ainda na Universidade. O objetivo central da campanha foi o de instigar os estudantes do curso de publicidade, a partir do terceiro semestre, a ingressarem no projeto Mazaah! e assim integralizarem a equipe da agência, visto que o mesmo tem uma demanda por novos membros periodicamente, já que os discentes acabam por se graduar e, conseqüentemente, vão saindo do projeto. Como metodologia para o desenvolvimento deste trabalho foi elaborada uma campanha de divulgação e, para isso, foram realizadas as etapas de planejamento, criação e produção gráfica e digital das peças. Como resultados, tivemos a criação de uma campanha com a chamada “Faça parte da liga Mazaah!”, em que nos cartazes impressos utilizamos da silhueta do grupo de heróis ‘Os jovens Titans’, da DC Comics, e nas peças digitais elaboramos uma arte em que continha um holofote apontado para a ilustração de um dos prédios da Unipampa Campus São Borja, iluminando o céu noturno com o nome da agência nele, fazendo alusão às antigas animações do super Herói Batman. As cores utilizadas tinham como base a paleta da agência experimental, #f1a38f e #ed5337, e a tipografia foi a Avengence mightiest avenger, para transmitir a dinamicidade e criar a lembrança do estilo “*cartoon*” na mente dos estudantes. Esta criação foi realizada baseada no atual posicionamento da agência Mazaah! que se embasa na seguinte assertiva: Criar, aprender e inspirar. Neste sentido, a temática dos heróis foi escolhida no sentido de fortalecer a equipe com novos integrantes que representassem novas potencialidades para o grupo. Assim foram criados cartazes e postagens nas redes sociais Instagram e Facebook para a disseminação das informações acerca de como se inscrever no processo seletivo. Também foram feitas divulgações presenciais nas salas de aula dos discentes de publicidade, informando sobre a agência, as vagas disponíveis e o processo para se inscrever. As inscrições ocorreram durante uma semana e neste período realizamos a postagem oficial da campanha nas redes sociais e contamos com o apoio dos integrantes da equipe para compartilhar o mesmo nas suas redes pessoais. O formulário de inscrição foi um espaço utilizado para disseminar as ideias da

campanha ao apresentar perguntas como: “Me diz aí, qual super área você quer participar?” e “Agora é seu momento. Conte um pouco sobre a sua experiência na super área escolhida”. Toda a linguagem das postagens quanto do formulário de inscrição seguiram a temática de heróis estabelecida pela campanha, sendo divertida e jovem. Por fim conclui-se que os objetivos da campanha para o processo seletivo foram cumpridos com êxito, pois com base nas informações do formulário online necessário para realizar a inscrição do candidato, foram realizadas 24 inscrições no total, sendo elas: 12 para a área de Direção de Arte, 4 para redação, 4 para planejamento e Mídia, 3 para produção audiovisual e 1 para Social Media. Além de conseguir novos membros para a equipe da agência, ampliamos o conhecimento do projeto Mazaah! dentre as turmas de Publicidade e Propaganda e, com isso, um notório crescimento no interesse dos discentes para participar futuramente em um próximo processo seletivo.

Agradecimentos: Agradecemos à Unipampa e à Proppi pela oportunidade de realização e fomento deste estudo.

Palavras-chave: Comunicação, processo seletivo, publicidade, agência experimental