

Blog Newronio – Arenas - ESPM - SP¹

Henrique DALMAS²
Renata ALCALDE³
ESPM, São Paulo, SP.

RESUMO

O blog Newronio⁴ é um produto laboratorial do Arenas - Agência Experimental de Comunicação. Foi criado em 2008 e seu escopo permeia o universo da comunicação em suas mais amplas variáveis, como: música, arte, entretenimento, cultura, propaganda, dentre outras. Em nenhuma hipótese sua proposta é replicar conteúdo. Busca em sua essência estimular no aluno o pensamento crítico, o debate de ideias e a capacidade de se expressar através de textos e vídeos.

Palavras-chave: blog; newronio; comunicação; conteúdo; ESPM.

1 INTRODUÇÃO

O Arenas - Agência Experimental de Comunicação da ESPM -SP é um laboratório oferecido aos alunos do Curso de Publicidade e Propaganda da ESPM como um primeiro estágio. Foi inaugurada no ano de 1995. Desenvolve atividades de baseadas em práticas do mercado, em especial, oriundas de agências de propaganda. A proposta é experimentar novos processos de comunicação integrando as áreas oferecidas pela agência: Atendimento, Planejamento, Direção de Arte, Redação e *Social Midia*, além do *Blog* Newronio criado em 2008. Este *paper* discorrerá sobre o trabalho desenvolvido diariamente pelos alunos responsáveis pelo Blog no que diz respeito às pesquisas realizadas, ao filtro de informações, à produção de conteúdo e à aferição dos resultados.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Rádio, TV e Internet, modalidade Blog (avulso)

² Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: dalmashenrique@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Publicidade e Propaganda, email: renata.alcalde@espm.br.

⁴ Disponível em: < <http://newronio.espm.br/>>. Acesso em: 11 mai. 2016

2 OBJETIVO

O objetivo principal do *Blog* é incentivar a atualização dos alunos sobre assuntos diversos permeados pela comunicação, como entretenimento, arte, música, cinema, atualidades, fotografia, internet e toda cultura do universo jovem. Trata-se de um mercado que se “movimenta” constantemente e para acompanhá-lo é preciso estar atento aos assuntos recorrentes e presentes em várias fontes de busca. Porém, é válido ressaltar que os jovens necessitam produzir, muito mais que receber conteúdo. Por isso, o Newronio dá autonomia ao aluno como protagonista.

3 JUSTIFICATIVA

Na ESPM cada curso oferece um espaço laboratorial que incentiva o estágio dos alunos para que vivenciem as responsabilidades de cada área de atuação escolhida por eles quando formados. Em sua matriz curricular, os alunos optam no 5º semestre por uma trilha que garante, em dois dias da semana, conteúdos específicos, além de disciplinas comuns nos outros dias. Dentre estas trilhas, a ESPM oferece Criação (que envolve o universo digital) e também Comunicação Integrada, que justificam as áreas oferecidas pelo Arenas. Este espaço se faz necessário por viabilizar o contato dos alunos com *Jobs* completos que fomentem sua criatividade (inovação e plataformas de comunicação) e visão analítica (pesquisa e planejamento), além do contato que tem em vários momentos com profissionais de mercado e modelos de negócios. Um outro ponto e não menos importante que justifica a criação do Newronio é a necessidade de um mercado que busca profissionais que vão além do formato tradicional de campanha, que enxerguem a comunicação como algo mais complexo e que consigam contar histórias e produzir conteúdo capaz de gerar engajamento. Com excesso de informações contemporâneas, o indivíduo precisa aprender a filtrar sua busca.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Acessos e consultas em sites de pesquisa oferecidos pela ESPM como Euromonitor, IPC, EPSCO e Marplan e sites de mercado como Creativity-online.com; Creativetime.org; Fastcocrete.com; Adfreak.com; AdNews; Brainstorm#9; Adweek; Ads of the World;

ProXXima; creator Project; adeevee.com; Abduzeedo.com; Fastcodesign.com; Booooooom.com; Diretoresdearte.com.br; Dazeddigital.com; Mashable; TechTudo; Gizmodo; Digitaldrops; Cinestoscopio.com.br; Cinepop.com.br; Literatortura.com.br; Omelete; Fastcampony.com; Complex.com; Domusweb.it; Megacurioso; Updateordie; dentre outros. Além de orientação de professores e consultores externos atuantes no mercado no horário de funcionamento da agência, consultas bibliográficas, usando livros que constam em nossos arquivos e encontros personalizados com profissionais de agências, empresas e veículos, são algumas das ferramentas utilizadas para fundamentar todos o conteúdo desenvolvido pelo Blog Newronio.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO



A identidade visual do Newronio foi concebida para refletir os significados de seu posicionamento. Na questão tipográfica, foi trabalhada uma separação por contraste de forma: a primeira, dinâmica e inclinada à frente, representando as tendências de mercado; a segunda, estática e sóbria, representando a reflexão sobre tais tendências. Na questão do símbolo, foi concebida a estilização de neurônios, palavra da qual o nome da marca se refere. Os vários tamanhos de grafismos, dispostos de forma dinâmica, representa a variedade de informações encontradas na internet. Porém, não se trata apenas de informações, mas também da organização destas. Motivo pelo qual se encaixam de forma harmoniosa. Da mesma maneira, a cor azul é utilizada por representar a cor da comunicação e da informação. Já o nome “Newronio” trata-se da bricolagem de 2 universos semânticos: *new* + neurônio, representando o pensamento e análise das tendências na comunicação. Essa ideia se refere ao fato de que não apenas replicamos conteúdo em nosso blog, mas analisamos as tendências e transformamos em nosso próprio conteúdo. O Blog é dividido em categorias: Arte e Design: nesta categoria são postados assuntos relacionados à fotografia, animação e ilustração e arte. A seção de Fotografia, conta com análise do

trabalho de fotógrafos ou séries de fotografias. Em Animação e ilustração, os conteúdos englobam desde quadrinhos a curtas-metragens, passando por ilustrações e análise de artistas. Na subseção de arte são postados conteúdos relacionados a exposições, trabalhos de artistas de várias vertentes. Digital: nessa seção são postados assuntos relacionados à internet e campanhas publicitárias que usam o digital como principal plataforma, além disso também são publicados vídeos virais, sites interessantes e indicações de canais do YouTube. Entretenimento: na seção de entretenimento são postados conteúdos relacionados a cinema, quadrinhos, música e literatura. Na seção de cinema são postados perfis de diretores e posts com análise de diversos pontos do cinema, como iluminação, fotografia e edição. Na seção de quadrinhos são postados conteúdos sobre revistas em quadrinhos atuais e clássicas, tanto do mercado *mainstream* quanto independente. Na seção de música são postadas listas e perfis analisando gêneros musicais e artistas. A seção de literatura traz perfis de autores renomados explicando sua trajetória e citando as principais obras. Publicidade: são postadas as campanhas que se destacam no mercado usando como parâmetro os sites de referência. Entrevistas/vídeos feitos em 2015: Ralph Baiker (Fotógrafo alemão), Hangout com os Diretores de Criação Ricardo Wolf (Diretor de Criação na BBDO de Berlim), Luis Tauffer (Diretor de Criação Young & Rubicam) e Eduardo Marques (Diretor de Criação da Pereira & O’Dell); Leandro Bier, Diretor Criativo da Mad Brands e Arthur Khol (Ator da campanha Brastemp). Colunistas: o Newronio seleciona temas interessantes (Arte, Cinema e Semiótica / Publicidade e Mercado Publicitário Internacional /Games e Cultura nerd / Comportamento) para o blog e busca professores tutores de cada assunto que escrevem semanalmente. Esta ação tem como objetivo aproximar o corpo docente do conteúdo produzido pelos alunos. Objetivo cumprido. Os professores usam este conteúdo em sala de aula, além de indicar o Newronio como fonte de leitura diária. Em referência ao Processo seletivo, semestralmente, o blog abre via edital, 6 vagas para alunos do Curso de Publicidade e Propaganda da ESPM-SP. Os interessados passam por três fases. A primeira, por meio de um questionário de 10 perguntas avalia o nível de conhecimento no quesito “atualidades”. Conseguimos avaliar se o aluno é curioso, se sabe filtrar suas fontes, se tem noção de assuntos políticos, sociais, econômicos e sua relação com os fatos contemporâneos. A segunda fase é uma entrevista com o responsável pela área. Consideramos esta fase importante, pois conseguimos “sentir” o grau de interesse e maturidade de um aluno que escreverá para várias pessoas lerem. Na terceira fase, os candidatos recebem um tema e apresentam um post onde observamos a

concatenação de ideias, a gramática, a persuasão e o nível de reflexão e aprofundamento sobre tal assunto. Após estas fases, selecionamos 06 alunos que, por sua vez, receberão treinamento diário, por seis meses pela equipe de profissionais do Arenas, mais especificamente, pelo responsável pela área digital do Arenas/Newronio. Este responsável discute diariamente com os alunos assuntos recorrentes do mercado da comunicação. Num primeiro momento, lhes dá um tempo para entrar em sites utilizados para pesquisas (já mencionados anteriormente). Nestes sites coletam os assuntos que na visão de cada um deles são os mais interessantes para serem abordados. Com esse conteúdo reunido é realizada uma reunião para definição da pauta, onde os alunos opinam sobre todos os tópicos e a partir daí é feita a definição e a distribuição dos textos que devem ser produzidos no dia para o blog. Antes da publicação dos textos é feita uma revisão pelo líder da área e são sugeridas melhorias ou adequações ao tema quando necessário. Depois de publicados os alunos fazem a divulgação dos textos nas redes sociais do Newronio e Arenas. Para a gravação das entrevistas e produção de fotos são disponibilizados, pela própria faculdade, os equipamentos necessários, como gravadores, câmeras, microfones, tripés.

No que diz respeito à Mensuração de resultados, a audiência do *blog* é medida por ferramentas específicas para cada meio: Google Analytics para as visitas ao site Facebook Insights para o alcance do conteúdo publicado na rede social; Youtube Analytics para medição de vídeos publicados na plataforma de vídeos online. O desenvolvimento dos alunos é acompanhado diariamente através do feedback dado antes da publicação de cada texto no *blog* e ao final do semestre quando o aluno é avaliado por outros critérios como assiduidade e comprometimento. Para contextualizar, alguns números mostram a produção e audiência do *Blog* desde seu lançamento: foram 4110 posts no blog desde 2008; 63 vídeos produzidos que geraram 13.687 visualizações; desde novembro de 2008 que é quando começa a medição do Google Analytics foram 403.980 visitas de 303.403 visitantes e 604.202 visualizações de páginas; várias coberturas nacionais e internacionais (Cannes, Globo menos 30, FLIP, PhotoImage Brasil, Bienal de Veneza); no Facebook foram 2818 likes e no no Twitter 2726 seguidores. No ano de 2015: 75.858 visitas; 107.273 visualizações de páginas; 19 vídeos produzidos; 2823 visualizações de vídeos. A página finalizou o ano de 2015 com 2734 likes.

6 CONSIDERAÇÕES

O *blog* Newronio materializa o que o aluno recebe em sala de aula. Como responsável pelo blog, o aluno vivencia um ambiente que simula práticas de mercado. Além da parte técnica, existe uma preocupação com sua postura corporativa, com a forma com que articula as informações coletadas e seus posts e como enxerga a importância do que faz como produtor de conteúdo. São oito anos de empenho e evolução constante em todos os projetos desenvolvidos reforçando o método da “aprendizagem viva” adotado pela ESPM em todos os cursos que oferece. Este método defende que a educação é um processo complexo e dinâmico que se compõe conforme o estudante aprende e vivencia o conhecimento. O Newronio é o espaço ideal para esta proposta.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, E. C. S.; MUSSI, A. A. **O aprender pela práxis: a aprendizagem baseada em problemas**. Brasília: VI ENFORSUP, 2015

ANASTASTIOU, L.G.C. e PESSATE, L. A. (ORGS) **O processo de ensinagem da universidade: dos pressupostos às estratégias**, de Editora Univille, 2003.

GODIN, S. Tribos. **Nós Precisamos Que Você Nos Lidere**. Rio de Janeiro: Ed. Altabooks, 2013

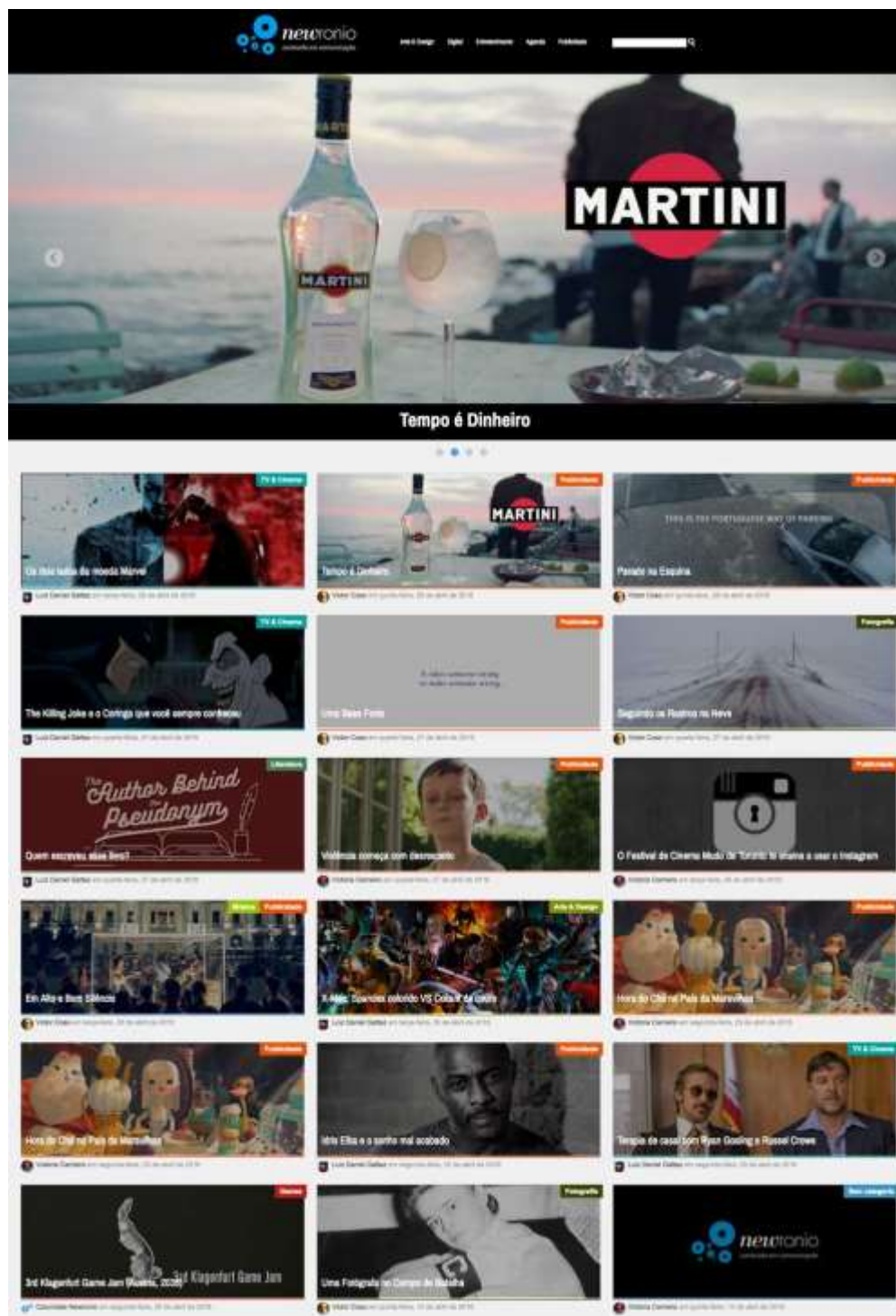
LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 2009

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Ed. Aleph, 2009

RAPAILLE, C. **O código cultural** - por que somos tão diferentes na forma de viver, amar e comprar? Rio de Janeiro: Campus Elsevier Editora, 2006

SHIRKY, C. **Lá Vem Todo Mundo** - o Poder de Organizar Sem Organizações. Rio de Janeiro: Ed.Zahar, 2012.

Página inicial do Blog Newronio⁵



⁵ Disponível em: < newronio.espm.br >. Acesso em: 10 mai. 2016.

Fluxograma da Produção e Divulgação do Conteúdo



Gráfico de visitas ao Blog de acordo com o Google analytics

