

Arenas - Agência Experimental de Comunicação da ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing¹

Lucas Costa LOUZADA²
Renata ALCALDE³
ESPM, São Paulo, SP

RESUMO

O Arenas - Agência Experimental de Comunicação da ESPM -SP foi inaugurada no ano de 1995. Desenvolve atividades de treinamento aos alunos do curso de Publicidade e Propaganda 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 Mídia). Atende parcialmente demandas internas geradas pela Instituição, tanto em nível administrativo como prestando serviços para outros cursos/áreas, em divulgações de eventos, participação em concursos nacionais e internacionais e outras situações que exijam o trabalho de um profissional de publicidade e propaganda. Também desenvolve campanhas de cunho social, que tanto podem materializar-se em forma de campanhas educativas para a sociedade ou no auxílio às Instituições Filantrópicas.

Palavras-chave: agência; portfólio; comunicação; ESPM.

1 INTRODUÇÃO

A maioria das Universidades que tem em seu portfólio o curso de Publicidade e Propaganda reconhece o quanto é importante oferecer ao aluno um laboratório que o “desenvolva” para que seja um profissional mais completo, um espaço que materialize os conceitos aplicados em sala de aula e que resulte na segurança que ele precisa para enfrentar o mercado de trabalho.

2 OBJETIVO

O Arenas - Agência Experimental de Comunicação da ESPM-SP - tem como objetivo incentivar os alunos à prática da profissão capacitando-os para o mercado de trabalho.

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Jr. de Publicidade e Propaganda (conjunto/série).

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

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

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 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.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Acessos e consultas em sites de pesquisa oferecidos pela ESPM, orientação de professores e consultores externos atuantes no mercado no horário de funcionamento da agência, consultas bibliográficas, usando livros que constam em nossos arquivos, como Crescitelli e Shimp (2013), Hooley, Nicoulaud, e Piercy (2011), Jenkins (2009), Solomon (2008), Bringham (2005), Domingos (2003), Rapaille (2006), Martins (2009), De Bono (1987), além de impressos (revistas) que focam em criatividade e publicidade, como *Advertising Age* e *Archive* e encontros personalizados com profissionais de agências, empresas e veículos, são algumas das ferramentas utilizadas para fundamentar todos os trabalhos desenvolvidos pelo Arenas ESPM.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O processo de seleção feito pela agência acontece por meio de uma entrevista oral e escrita para observar aptidões, disponibilidade e responsabilidade dos alunos inscritos. O horário de funcionamento é das 14h às 18h. Este período de estágio em hipótese alguma coincide com o horário de aula proposto pelo curso. A cada ano, no início do semestre, uma média de 150 alunos se inscreve para as áreas de Atendimento, Planejamento, Direção

de Arte, Redação e para atuar no Blog Newronio (*social media*). A agência desenvolve materiais publicitários que envolve desde identidades visuais, campanhas, materiais de mídia impressa e online, principalmente com foco em redes sociais. Cada “job” proposto corresponde ao exercício de uma técnica ou prática profissional específica. O Arenas também é responsável pelo planejamento, execução e logística dos eventos acadêmicos oferecidos pelo curso (Desafio de Planejamento, Festival de Campanhas, Prêmio Roger Hatchuel Academy e Maratona de Criação). Um dos produtos do Arenas é o Blog Newronio que existe há 7 anos e é escrito por alunos da ESPM. Tem como foco principal apresentar e comentar assuntos sobre processos criativos e comunicação em geral. Em nenhum momento é um replicador de conteúdo. A equipe é composta por estudantes da faculdade e por colunistas, que são professores da instituição. O blog retira suas informações de fontes utilizadas pelo mercado, dando a ele credibilidade. Possui uma média de 8 postagens por dia, e utiliza as plataformas sociais para divulgá-las. Atualmente tem uma média mensal de 5 mil visitas, é seguido por aproximadamente 2500 pessoas no *facebook*, com um alcance médio de 3 mil pessoas. Um ponto importante a ser ressaltado foi o investimento do Curso de Publicidade e Propaganda da ESPM que enviou um aluno do Arenas/Newronio para participar e “cobrir” a FLIP – Festa Literária Internacional de Paraty. A cobertura do Newronio na FLIP fez parte do Painel FLIP ESPM, que buscou integrar os diversos cursos da faculdade em um eixo comum. Com posts diários sobre o que acontecia no evento, o foco foi fugir da cobertura jornalística padrão em que só palestras são comentadas. Os posts eram diários, com certo aprofundamento em alguns temas e mantendo sempre a visão crítica do conteúdo, característica que o blog preza em seu trabalho. A cobertura de um evento como a FLIP é importante, pois extrapola o campo da Publicidade e da Internet, trazendo ideias e experiências novas para a prática do dia a dia. O maior desafio foi transformar toda a experiência adquirida ao longo do dia em um produto interessante para a audiência do Newronio. Nestes vinte anos de agência, diversos trabalhos já foram desenvolvidos. Muitos desses excederam expectativas em seus resultados, dando credibilidade ao treinamento oferecido e fomentando nos alunos a ideia de se aprimorarem cada vez mais. Entre eles, vale ressaltar o trabalho desenvolvido para o Corpo de Bombeiros de São Paulo, para a Polícia Militar de São Paulo, para a GRAAC e AACD e para o Esporte Clube Corinthians Paulista que viabilizou a comunicação entre a ESPM e o clube.



Figura 1 – Criação e Blog Newronio



Figura 2 – Atendimento



Figura 3 – Pesquisa e Planejamento

6 CONSIDERAÇÕES

A ESPM adotou o método da “aprendizagem viva” 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. Ou seja,

o aprendizado é um processo ativo em que o estudante constrói ou reconstrói seu conhecimento. Isso se dá, principalmente, pela integração de novos conhecimentos adquiridos aos previamente existentes, ou seja, pela elaboração de novas informações (...). (ALMEIDA, MUSSI, 2015)

Por isso, propiciar ambientes, como o Arenas, que incentivem a experimentação, a interação e a criação de projetos-pilotos acabam por oferecer um terreno mais fértil para a aprendizagem pautada na prática e uma vivência em que prevaleça uma cultura orgânica. Para aprimorar, o estudante precisa transcender o que já sabe fazer. A escola pode ajudá-lo nesse processo.

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.
- CRESCITELLI, E.; SHIMP, T. A. **Comunicação de Marketing - Integrando Propaganda, Promoção e Outras Formas de Divulgação**. São Paulo: Ed. Editora Cengage Learning, 2013.
- DE BONO, E. **O Sistema criativo PO: ultrapassando o sim e o não**. São Paulo: Vértice, 1987.
- HOOLEY, G. J.; NICOULAUD, B.; PIERCY, N. F. **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. São Paulo: Ed. Pearson Education, 2011.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- MARTINS, Z. **Redação publicitária: A Prática na Prática**. São Paulo: Editora Atlas, 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