

Curso, que já é um dos mais procurados da Unicamp, tem alunos premiados em concursos

Midialogia, um ano e meio: sucesso de crítica e de público

JEVERSON BARBIERI
jeverson@unicamp.br

Criado há um ano e meio, o curso de Midialogia do Instituto de Artes (IA) da Unicamp já começa a render frutos. A começar do sucesso de trabalhos desenvolvidos por alunos, alguns deles premiados no Exterior. O coordenador do curso, professor Adilson Ruiz, afirma que a proposta do curso é estudar a mídia de forma mais organizada e acadêmica. “O mundo do trabalho, tanto do lado de quem emprega como do lado de quem se forma, tem essa necessidade”, disse. Segundo ele, o resultado obtido até o mo-

Curso se divide em 3 áreas de formação

mento comprova uma tese defendida por ele e por outros docentes, de que a mídia ocupa um lugar central na sociedade e de que era importante a universidade sistematizar os estudos na área. “No primeiro vestibular, Midialogia já entrou na categoria dos chamados cursos de alta demanda, atingindo a marca de 49,4 candidatos por vaga na primeira fase. Esse dado comprova que realmente faltava alguma coisa nesse sentido”, enfatiza Ruiz.

Adilson também faz questão de mostrar que a Midialogia não é só mais um curso de graduação. Segundo ele, é a Unicamp entrando no campo da comunicação, na área de graduação, numa posição de liderança. Ruiz explica que não seria interessante para a universidade, no momento, a criação de cursos tradicionais da área de comunicação – como, por exemplo, jornalismo, publicidade e marketing. A questão agora é construir, dentro da cidade do conhecimento, o edifício dos estudos da mídia. “A Unicamp, pela posição que ocupa e com a prerrogativa de ser uma das universidades brasileiras capaz de criar uma nova habilitação e obter o reconhecimento do Ministério da Educação (MEC), não poderia ter feito de outra forma”, analisa. E um dado interessante fornecido pelo coordenador foi o de que, no começo deste ano, surgiram duas propostas de estágio remunerado específicas para a área de midialogia.

Rede de comunicação – A sistematização dos estudos de comunicação começou a partir de 1950, quando se percebeu a importância que os meios de comunicação de massa – a imprensa, o cinema, o rádio e televisão – haviam conquistado na organização da sociedade moderna. Dessa maneira, as escolas de comunicação se organizaram para produzir profissionais que atuassem em um campo totalmente segmentado. Até pouco tempo atrás, ainda não se percebia que esses meios de comunicação foram se constituindo em forma de rede, chamada de convergência. A convergência é a estruturação do processo da mídia cada vez mais se interpenetrando, e atuando em conjunto. Ruiz explica que, para poder entender, atuar e transformar esse setor de maneira eficaz, se articulando ordenadamente, é fundamental criar massa crítica capaz de compreender melhor esse fenômeno.



Foto: Antoninho Perri

O coordenador do curso de Midialogia, professor Adilson Ruiz: formando profissionais conscientes do papel que a mídia ocupa no mundo contemporâneo

“O nosso curso difere dos outros na percepção dessa construção em rede e na necessidade de dominar esse processo para poder transformá-lo, para o bem ou para o mal. É claro que o nosso empenho é produzir profissionais conscientes do papel que a mídia ocupa no mundo contemporâneo que atuarão para o bem-estar da sociedade. O nosso curso se fundamenta na compreensão da sociedade”, esclarece o coordenador.

O curso se divide em três áreas de formação. Uma delas é humanística, estética e sociológica da sociedade, obviamente com o viés da comunicação, com uma carga de disciplinas obrigatórias e de base. Ruiz costuma usar uma metáfora na qual diz que o edifício da midialogia que está sendo construído na cidade do conhecimento, onde já existem áreas do conhecimento com vários prédios construídos, ainda se encontra na fase de fundação. Porém, o material para essa construção está à disposição. Uma parte desse material, segundo ele, que é o estrutural, compreende a sociologia, a antro-

pologia, a história dos meios de comunicação, a economia e a matemática. “São disciplinas que os alunos devem ter com certa profundidade, fundamental para saberem exatamente em qual lugar da sociedade estão situados”, enfatiza.

Outra área de formação está composta pelos meios de expressão. Nela estão outros materiais da construção como roteiro, edição, montagem, fotografia e edição, que são técnicas de manipulação trabalhadas cotidianamente como instrumento de expressão para produzir a mídia.

A terceira área é a de projetos integrados, nos quais os alunos atuam em áreas diferentes da comunicação, fugindo do simulacro. Ruiz explica que o que se busca é a produção em situação real, produzindo peças resultantes da vivência de campo. “Nesse momento, as parcerias são muito importantes”, afirma.

Quanto à qualidade dos alunos do curso, Adilson diz que esse diferencial de qualidade já começa no próprio vestibular da Unicamp. Como o exame é totalmente dis-

sertativo e prima por perceber a capacidade de raciocínio e reflexão do estudante, a qualidade surge nesse momento. “No nosso caso, os alunos entram com um potencial mais claro e definido por terem passado em um curso de alta demanda. O aluno de midialogia tem que atingir, no mínimo, 80% de aproveitamento no vestibular. São alunos com alto índice de qualificação”, ressalta ele.

Porém, o objetivo do curso, segundo Ruiz, não é formar um profissional pronto para o mercado de trabalho. O ideal é formar uma pessoa capaz de entender e dar soluções que a mídia e o mundo do trabalho na área de mídia necessitam. “O midiólogo, na sua expressão mais pura, deverá ser um grande consultor de mídia para empresas de qualquer natureza, sejam elas da esfera pública ou privada, por exemplo”. O curso se estrutura de uma forma que dá chances para que cada aluno tenha um perfil pessoal. “Isso atende a uma perspectiva que a Unicamp recomenda para os cursos, que é a interdisciplinaridade. Na nossa pro-

posta, a interdisciplinaridade é estrutural, de tal forma que temos uma formação básica e sólida em meios de expressão e humanidades, além de um leque de disciplinas eletivas que o aluno vai construindo através do diálogo com os professores. Nesse ponto, o aluno pode freqüentar disciplinas do IA, de outras unidades da Unicamp e também de instituições de ensino externas. Temos que formar pessoas, cidadãos, com capacidade de empreendedorismo no sentido de entender o mundo, oferecer soluções e construir espaços”, finaliza Ruiz.

Prêmios – A Associação Cultural Kinoforum, que realiza atividades voltadas ao desenvolvimento da linguagem e da produção cinematográfica e audiovisual, procurou a coordenação do curso de Midialogia, com projetos que envolveriam alunos de universidades dentro da edição 2005 do Festival Internacional de Curtas-Metragens de São Paulo, que aconteceu entre 25 de agosto e 3 de setembro. Um deles foi realizado com a parceria da Siemens, empresa do ramo da comunicação. Era um concurso internacional chamado *Siemens Micromovies Award*, que envolvia o lançamento de um telefone celular na Europa dotado de câmera de vídeo, cujos filmes deveriam ser feitos com essa câmera. Foram entregues no Brasil cerca de trinta telefones, distribuídos entre oito universidades, sendo dois aparelhos para cada uma, além de outros 15 para cineastas consagrados. De toda essa produção foram selecionados dez filmes na Alemanha e, entre eles, dois eram de alunos do curso de Midialogia. O primeiro, intitulado *Gilda*, de André Nogueira e Diego Costa, e o segundo, *The Man with Two Right Hands*, de Marcelo Afonso Pontes da Silva.

Outro projeto, no qual foram indicados pela coordenação os alunos Enric Llagostera, Gustavo Forte Leitão e Natália Freitas Reis, foi o de crítica cinematográfica chamado *Curta Crítica*. Esse é um projeto no qual estudantes dessas mesmas universidades, das áreas de audiovisual, midialogia etc, participaram do festival com crachá de imprensa, coordenados pelo jornalista e editor Sérgio Rizzo. Foram orientados a produzir críticas sobre o material que estava sendo exibido em curta-metragem. “A pouca reflexão sobre centenas de curtas exibidos durante esse festival, é que levou a organização a criar esse projeto. Foi um momento interessante do curso dentro de um projeto de ação cultural. O resultado foi a edição de um tablóide de conteúdo muito bom, com cerca de dez críticas escritas pelos alunos, que foi amplamente distribuído no final do festival.”, comenta Ruiz.

Também no início de 2005 um aluno do curso, Alexandre Nakahara, que foi indicado para participar do prêmio *Goldman & Sachs Global Leaders*, foi um dos agraciados. Esse prêmio é dado pela avaliação de cartas de recomendação, currículo e desempenho. “De todos os indicados pela Unicamp, três ganharam o prêmio, que é internacional e tem uma importante projeção”, comemora Ruiz.