

A Educação Científica no Vídeo Institucional do Museu Catavento Cultural e Educacional do Estado de São Paulo: como a ciência aparece (ou não aparece) no contrato de comunicação

The Science Education in Institutional Video pinwheel Cultural and Educational Museum of São Paulo: how science appears (or does not appear) in the communication contract

Modalidade: Comunicação oral

Subáreas do evento: Educação Científica e Tecnológica & Comunicação científica

Profª Drª Ana Paula Bossler da Costa

Universidade Federal do Triângulo Mineiro – UFTM

paula.bossler@gmail.com

Mestranda Regina Maria Martins Costa

Universidade Federal do Triângulo Mineiro – UFTM

rmcosta18@yahoo.com.br

Resumo

O vídeo institucional do Museu Catavento Cultural e Educacional do estado de São Paulo foi objeto de análise e consequente elaboração de cláusulas que compuseram o seu contrato de comunicação com o público que visita o museu. Este estudo utilizou-se da análise do discurso como procedimento metodológico para compreender se o museu Catavento inclui no discurso de seu vídeo institucional elementos próprios da educação científica. Para tanto foi feita uma transcrição do vídeo para ser utilizada durante o processo de análise. À luz da teoria de Charaudeau (1997) sobre as emoções no discurso, Chagas (2005) os museus enquanto locais de poder, França, F; Leite, G (2007) o vídeo institucional como forma de comunicação e Maingueneau (1993) tratando da análise do discurso e as formações discursivas, conseguimos apresentar alguns resultados.

Palavras-Chave: museu, video instituonal, educação científica.

Abstract

Institutional video pinwheel Cultural and Educational Museum of São Paulo was the object of analysis and subsequent elaboration of clauses that composed his contract of communication with the public that visit the museum. This study made use of discourse analysis as a methodological approach to understand the museum Weathervane includes the speech of your own corporate video elements of science education. For this was made a transcript of the video to be used during the analysis process. In light of the theory of Charaudeau (1997) on emotions in speech, Chagas (2005) museums as places of power, França, F; Leite, G (2007) institutional video as a form of communication and Maingueneau (1993) dealing with the analysis of discourse and discursive formations, we present some results ..

Key words: museum, instituonal video, science education .

Introdução

Confirmando outros episódios da história humana, o conhecimento científico, na contemporaneidade, aparece como uma maneira de ascender ao poder. Este conhecimento mediado pelas tecnologias marca registrada do momento histórico vivido pela nossa sociedade, tem reconfigurado as relações sociais, o modo de vida das pessoas, chegando mesmo a deflagrar conflitos e desconfortos. Daí a importância do conhecimento científico enquanto possibilidade para a ascensão social, econômica e uma convivência mais pacífica com todos.

Este artigo é um recorte do trabalho de mestrado vinculado à Linha de Pesquisa Formação de Professores e Cultura Digital, do Programa de Pós-Graduação em Educação: Mestrado em Educação, da Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM).

O papel do vídeo institucional, surgido na década de 1980, é sobretudo uma forma de comunicar, de se apresentar para o público em potencial. Para França e Leite (2007) o objetivo da comunicação é fazer com que o público fique sensibilizado com a mensagem veiculada. Essa comunicação dirigida atinge diretamente ao público e aos interesses das instituições. A compreensão do que se pretende transmitir é o alicerce da comunicação institucional. O objetivo final é que o público reflita sobre a mensagem transmitida, forme sua própria opinião e acabe decidindo pelo que a campanha publicitária propõe.

O museu Catavento Cultural e Educacional apresenta-se como uma proposta totalmente inovadora, um espaço dinâmico e interativo criado para provocar, desafiar, ensinar e mudar a forma como lidamos com o conhecimento científico. É uma iniciativa do governo de São Paulo e ganhou forma dentro do palácio das indústrias. Foi inaugurado em 1924 com 8 mil metros quadrados de área e é tombado pelo patrimônio histórico.

Nosso estudo trabalha com a análise do discurso e as formações discursivas de acordo com Mangueneau (1993) são um conjunto de regras anônimas, históricas, que foram determinadas e definidas no período de uma época, para uma área social, econômica, geográfica de acordo, com as condições de seu exercício. Pode-se inferir, portanto, que a análise do discurso interessa-se pelo discurso que se forma de maneira heterogênea, pelas irregularidades gramaticais, discursos interrompidos, fatores extralinguísticos, variações e mudança de sentido das palavras. Daí circunscrevermos o problema de pesquisa em: considerando o caráter científico do museu Catavento Cultural e Educacional, será que ao apresentar-se para o público o museu inclui no discurso de seu vídeo institucional elementos próprios da educação científica?

O objetivo geral é conhecer os elementos que o museu Cata Vento Cultural e Educacional utiliza para se apresentar para o público e identificar como a ciência aparece (ou não aparece) no discurso. E o objetivo específico é analisar o contrato de comunicação deste vídeo. Nosso estudo pretende, portanto, conhecer os múltiplos sentidos que compõem a cena museal, nomeadamente a dimensão da Educação Científica.

Em nosso estudo, após a submissão do texto obtido na transcrição à análise do discurso, interessando-nos nomeadamente o contrato de comunicação, identificamos 10 cláusulas que serão apresentadas abaixo resumidamente e logo a seguir com comentários.

O museu promete o acesso ao conhecimento científico.

O museu tem compromisso declarado com a Educação e se utiliza da ciência para tanto.

1. Acessar o conhecimento científico não acontece de maneira passiva.
2. O percurso até o conhecimento científico passa por caminhos instigantes e prazerosos.

3. O museu dialoga com sujeitos propensos a aprender.
4. O museu foi pensando para o visitante que reside em São Paulo.
5. O acesso ao conhecimento é uma viagem
6. No museu o conhecimento científico é compartimentalizado
7. O conhecimento precisa ser descoberto, é um segredo
8. O conhecimento do visitante será modificado de forma positiva

A primeira cláusula trata da promessa ao acesso ao conhecimento científico. O acesso ao conhecimento é a base do museu. Organizado em portas, o museu admite existirem muitos tipos de conhecimento e promete trabalhar especialmente o conhecimento científico.

Exemplo 1 Uma proposta totalmente inovadora, um espaço dinâmico e interativo criado para provocar, desafiar, ensinar e mudar a forma como lidamos com o conhecimento científico.

Na segunda cláusula, a museu afirma ter compromisso declarado com a educação e se utiliza da ciência para tanto. A presença da palavra educacional no nome da instituição, Catavento Cultural e Educacional é um indicador de que o museu não quer deixar nenhuma dúvida do seu compromisso com a educação. Para garantir seu empenho em educar, o museu vai utilizar-se da ciência para instigar a aprendizagem no visitante. Quando o museu cita a capacidade do ser humano de inventar máquinas e criar tecnologias, pretende colocar a ciência em um patamar importante e básico para melhorar a vida de todos. É uma forma clara de mostrar que o conhecimento científico é um pilar da vida moderna.

Exemplo 2 Mais alguns passos, outra porta, outro desafio: o engenho humano, e nossa eterna capacidade de inventar máquinas e criar tecnologias para interagir com as forças da natureza e tornar possível nosso modo de vida.

A cláusula de nº 3 explicita que o acesso ao conhecimento científico não acontece de maneira passiva. Aferiu-se que a passividade não é comportamento esperado no museu. O vídeo institucional é narrado de maneira a assemelhar-se a um deslocamento no interior do museu, acompanhado do locutor movimentamo-nos porta a porta do conhecimento científico. O exemplo 4 traz as palavras transformação e evolução. Esses vocábulos fazem parte do contexto científico no qual exemplificam em muitos casos o desenvolvimento em diversos campos da ciência.

Exemplo 3 O conhecimento tem varias portas, aqui elas estão sempre abertas.

Exemplo 4 Quem entra por aqui desvenda os segredos da vida em nosso país, os biomas brasileiros e todo o caminho de transformações e evolução que tivemos.

A cláusula nº 4 trata do percurso até o conhecimento científico passa por caminhos instigantes e prazerosos. O museu promete diversas possibilidades de se chegar ao conhecimento científico. Ao mesmo tempo diversas portas podem se abrir, caminhos novos estimulam a busca de cada um e isso acontece associado ao prazer em aprender, que passa pela presença da curiosidade, da descoberta, da imaginação, do desafio. Estes termos podem ser entendidos como sinônimos de qualidades que os visitantes precisam ter para entender a ciência em suas diversas formas. O exemplo 5 traz os termos: “espírito inquieto e curioso” que personificam o espírito científico. Sabe-se pela literatura que as descobertas científicas são motivadas pela curiosidade do homem em descobrir soluções para problemas ou pra situações que facilitem a vida de todos.

Exemplo 5 Agora esse espaço se abre para inspirar cada visitante de espírito inquieto e curioso em uma viagem de grandes descobertas.

O diálogo do museu especificamente com sujeitos propensos a aprender aparece na cláusula de nº 5. O contrato de comunicação precisa deixar claro a quem se destina o museu e neste caso o Catavento anuncia-se como espaço para sujeitos em formação,

desde que imbuídos de algumas características especiais, como espírito inquieto e curiosidade. No exemplo 6 a palavra “formação” ganha uma conotação científica diante das imagens que aparecem durante o vídeo institucional.

Exemplo 6 Catavento Cultural e Educacional, milhares de portas, atalhos, caminhos que ajudam na formação escolar e pessoal de crianças, jovens e adultos.

A cláusula de nº 6 esclarece que o museu foi pensando para o visitante que reside em São Paulo, como vemos no exemplo 7.

Exemplo 7 São Paulo agora tem um lugar onde tudo isso fica bem perto, ao alcance de todos.

A cláusula nº 7 aborda a ideia de viagem, o acesso ao conhecimento é uma viagem. Caracterizando o acesso apresentam-se diversas portas que denotam movimento e interatividade que levarão o visitante a acessar o conhecimento e oportunizar sua aprendizagem. A palavra viagem aparece duas vezes no texto, mas a ideia de viagem perpassa todo o discurso, como entendemos no significado das portas.

Exemplo 8 Agora esse espaço se abre para inspirar cada visitante de espírito inquieto e curioso em uma viagem de grandes descobertas.

O conhecimento é compartimentalizado é o compromisso firmado na cláusula de nº 8. Sabe-se pela literatura que o método científico segue passos rigorosos para que o resultado possa ser minimamente contestado devido ao rigor da investigação realizada. Dessa maneira “compartimentalizar” o conhecimento pode ser uma tentativa do museu em seguir um “método”, um procedimento que sequencialmente realizado pode levar ao entendimento da ciência e seus procedimentos que culminam nas descobertas e invenções do engenho humano.

Exemplo 9 Catavento Cultural e Educacional, milhares de portas, atalhos, caminhos que ajudam na formação escolar e pessoal de crianças, jovens e adultos.

A cláusula nº 9 apresenta o conhecimento científico como um segredo que precisa ser descoberto, como percebemos no exemplo a seguir:

Exemplo 10 Outra porta: a vida. Quem entra por aqui desvenda os segredos da vida em nosso país, os biomas brasileiros e todo o caminho de transformações e evolução que tivemos de percorrer para chegar onde nos estamos.

Na cláusula de nº 10, o museu declara que conhecimento do visitante será modificado de forma positiva. Quem entra no museu não sai igual.

Exemplo 11 O universo, onde você vai entender o nosso mundo, o nosso sistema solar. Vai olhar para fora do planeta, para as estrelas e para dentro também, para o interior da Terra e saber mais sobre a nossa evolução.

Considerações Finais

Durante a realização desta pesquisa, assumimos o desafio de buscar o real significado da importância da “ciência” no discurso implícito no vídeo institucional do Museu Catavento Cultural e Educacional selecionado para análise, para conhecermos do ponto de vista do museu o que ele considera relevante para ser comunicado ao público.

Utilizamos-nos das ideias de Chagas (2005) quando afirma que os museus são lugares de “poder”. Eles apresentam uma contradição ou até mesmo, uma tensão que está expressa em suas funções de preservação e comunicação, visto ser importante que o visitante compreenda as particularidades educativas e informativas do objeto exposto.

Com relação ao contrato de comunicação parece-nos razoável uma etapa em que conferiríamos se as promessas contidas nos vídeos institucionais estão a ser cumpridas pelos museus. Contudo, esta etapa da investigação não estava referida nos nossos objetivos, e, embora pareça ser muito interessante tal estudo deve ficar para outro momento. Fica aqui apenas o registro de que entendemos haver possivelmente uma quebra de contrato entre museus e visitantes a ser investigada.

Quando articulamos a proposta de analisar os objetos audiovisuais à luz da análise do discurso, pretendíamos expor uma visão realista do que as instituições museais estão ofertando ao público visitante e se realmente estão comprometidos com a ciência, aprendizagem, educação ou conhecimento científico. Lembrando que neste momento da pesquisa podemos indicar como resultados o que apresentamos no decorrer do texto.

O museu Catavento Cultural e Educacional traz em seu contrato de Comunicação a promessa principal de que garante o acesso ao conhecimento científico. Outro ponto é o fato de que acessar este conhecimento não acontece de maneira passiva, porém, será prazeroso ou divertido, isso acontecerá por meio da ideia de curiosidade e descoberta que o vídeo traz em sua essência. O papel esperado do visitante é de que ele seja curioso, disponível para a aprendizagem, disposto a mergulhar na proposta de aquisição de conhecimentos que o museu propõe. Mas, o que o visitante espera do museu? Parece-nos que a instituição propõe caminhos (portas) para o conhecimento e o visitante espera aprender por meio dessas portas.

E para finalizar, nada melhor que retomar as palavras de Chauradeau (1997) quando identifica como finalidades do discurso informativo o "fazer-saber", o "fazer-pensar", o "fazer-fazer" e o "fazer-sentir". O "fazer-saber" busca a transmissão de saberes factuais e fenomênicos à instância de recepção. Cabe ao "fazer-pensar" a prática argumentativa e demonstrativa, levando a instância de recepção à adesão ao discurso da instância de construção. Nesse sentido, podemos dizer que o fazer do ato inserido no discurso do vídeo institucional do museu Catavento Cultural e Educacional supõe o "fazer-saber-ciência".

REFERÊNCIAS

CHAGAS, M. Campo museal: redes e sistemas; anotações pessoais da palestra proferida no interior do I Fórum Nacional de Museus de Santa Catarina, em 13 de junho de 2005, no CIC, Florianópolis.

CHARAUDEAU, P. **Grammaire du sens et d'expression**. 1997. Paris: Hachette.

FRANÇA, F; LEITE, G. A comunicação como estratégia de Recursos Humanos . Rio de Janeiro: Qualitimark, 2007.

MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em Análise do Discurso*. Tradução Freda Indursky; revisão dos originais de tradução Solange Maria Ledda Gallo, Maria da Glória de Deus Vieira DE Moraes. Pontes Editora da Universidade Estadual de Campinas, SP. 2ªed, 1993. (Linguagem crítica).