

Paradigmas para uma comunicação edudemocratizadora

ANA CARINE. GARCIA. MONTERO
JOSE IGNÁCIO AGUADED
JOAN FERRÉS PRATS

No Global MIL Week fomos provocados a pensar sobre quais seriam os novos paradigmas que sustentariam o diálogo entre os povos em um mundo midiaticado. Para contribuir com a reflexão coletiva, neste *paper*, trazemos os constructos teóricos dos paradigmas holístico, ecosófico e complexo elaborados na tese *Competência midiática organizacional: estudo comparativo Brasil/Espanha*, que está em desenvolvimento no *Doctorado Interuniversitario de Comunicación*, das universidades andaluzas de Sevilla, Málaga, Cádiz e Huelva, na linha *Educomunicación y alfabetización mediática*.

Na tese se quer entender a competência midiática no todo organizacional de universidades a partir da tessitura das inter-relações dos sujeitos da organização. O sujeito é visto dentro de um processo coletivo que desenvolve competências individuais-organizacionais-sociais, de modo complexo. A competência, nesse processo, é considerada não apenas como uma aquisição de capacidades individuais, mas como atributo coletivo, que somente pode ser alcançado em conjunto, em grupo, em organização. É uma competência como direito universal dos seres humanos à sociedade hipercomunicada, que demanda um propósito coletivo de ações e políticas públicas que defendam o direito do cidadão a uma comunicação de qualidade.

Aborda-se a competência midiática organizacional como uma competência transversal que mobiliza outras competências humanas, organizacionais e sociais através dos meios

telemáticos e digitais. É uma competência capaz de desenvolver a autonomia pessoal do cidadão, assim como seu compromisso social e cultural. Sendo assim, visualiza-se a competência midiática organizacional como requisito necessário para construir ecossistemas comunicativos que propiciem o diálogo necessário à cidadania e democracia dos povos.

Paradigmas da tese

Maturana e Varela (2013, p. 13) lembram que todo olhar é um olhar particular sobre a realidade e que *“toda reflexión trae un mundo a la mano, y, como tal, es un hacer humano por alguien en particular en un lugar particular”*. Nesse sentido, apresentam-se os paradigmas holístico, ecosófico e complexo que modelam a particularidade do nosso olhar sobre a realidade. Ao escolhermos os paradigmas, queremos dizer ao leitor que escolhemos um caminho para andar, que essa é uma escolha particular, o que não invalida os esforços realizados por outros investigadores que têm outras perspectivas. Explicitar os paradigmas que conscientemente se escolhem para delimitar o estudo parece fundamental para estabelecer as relações que delineiam conceitos e discussões teóricas. De outro modo, o que se quer dizer é que, ao perguntar sobre quais são os requisitos necessários ao desenvolvimento da competência midiática em organizações desde os paradigmas holístico/ecosófico/complexo não é o mesmo que fazer a pergunta desde o paradigma cartesiano-newtoniano. Olhar o problema de investigação desde esse paradigma traria respostas permeadas pela dualidade que separa objeto e sujeito, alma e corpo, espírito e matéria, qualidade e quantidade, finalidade e causalidade, sentimento e razão, liberdade e determinismo, essência e existência, conforme nos ensina o pensador francês Edgar Morin. Estaríamos aceitando a visão mecanicista que Capra (1996, p. 25) tanto critica em *The web of life*: que vê o universo como um sistema mecânico, o corpo humano como uma máquina, a sociedade como um campo de luta competitiva, o progresso material ilimitado por meio do crescimento econômico e tecnológico, e a crença em uma sociedade que coloca a mulher em posição inferior à do homem. Acreditamos que são esses valores e propósitos – mecanicistas – que nos colocam onde estamos hoje, em uma crise profunda de visão de futuro para a humanidade.

Ao escolher paradigmas que contestam o paradigma dominante da ciência moderna, buscam-se respostas que verdadeiramente tragam as soluções de que necessitamos para enfrentar o desafio da construção de uma sociedade democrática. Trata-se de uma mudança de visão, de valores, de perspectivas para olhar o fenômeno da comunicação midiática sobre uma ótica diferente: ecosófica, holística, complexa e, fundamentalmente, comunicativa.

Paradigma holístico

O termo “holismo” foi usado pela primeira vez em 1926 por Jan Christiaan Smuts (1870-1950) na obra *Holism and evolution*, na qual propõe a ideia de que o “todo” e suas “partes” se influenciam reciprocamente, determinam um ao outro e fundem suas características individuais: “o todo está nas partes e as partes estão no todo, e esta síntese do todo e das partes está refletida no caráter holístico das funções das partes tanto quanto do todo” (SMUTS apud CREMA, 2015, p. 55).

A reflexão surgiu em meio às duas guerras mundiais e foi proferida por um militar condecorado da Coroa Britânica, que havia participado, no final da Primeira Guerra Mundial, das negociações pela paz e da criação da *Société des Nations*, organismo internacional antecessor à ONU. O termo (holismo) nasceu, assim, em um doloroso momento da história humana que provocou sentimentos de incerteza e descrença na ordem vigente. O mundo controlado, organizado, domesticado entrava em choque.

Era o início de uma mudança drástica no pensamento científico e no entendimento geral sobre o que é a vida. Começava a mudança “das partes para o todo” que hoje pode ser entendida “como uma mudança de objetos para relações” (CAPRA, 1996, p. 47).

Em março de 1986, durante o colóquio “A ciência em face dos confins do conhecimento”, organizado pela Unesco, que reuniu os prêmios Nobel de Física (1979) e de Medicina (1990), além de cientistas de diversas áreas de 16 países, publicava-se um documento histórico pelo conteúdo que trazia. A Declaração de Veneza se constituiu em um documento fundamental para, naquele momento, validar o paradigma holístico. Trouxe a noção de universalidade, transdisciplinariedade, e mudança de paradigma. Inspiradas na Declaração, foram criadas as universidades holísticas internacionais de Paris, do Brasil e outras tantas iniciativas que buscavam um aporte como esse para deflagrar seu movimento.

A visão do mundo como um todo integrado e não como uma coleção de partes dissociadas, base do pensamento holístico, aproxima-se do paradigma ecológico/ecosófico, que reconhece a interdependência entre todos os fenômenos, em que indivíduos e sociedades estão encaixados nos processos cíclicos da natureza.

Paradigma ecosófico

Quando nos referimos a uma visão holística sobre os fenômenos, muitas vezes deixamos de fora a percepção ecológica. Aproximar a visão ecológica da holística parece fundamental para ampliar a perspectiva sistêmica. Somos todos constituintes da teia da vida. A física quântica mostrou que a parte não existe e o “que denominamos parte é apenas um padrão numa teia inseparável de relações” (CAPRA, 1996, p. 47). A perspectiva ecológica traz, nes-

se sentido, a amplitude necessária para entender o processo relacional da comunicação midiática no entorno organizacional. Mas o que seria o paradigma ecosófico?

A primeira questão que parece importante ressaltar é que a ecologia nasceu no campo da biologia para estudar as interações entre os seres vivos e o seu entorno. No entanto, essa visão foi ampliada e chega à atualidade como uma ecosofia – filosofia ecológica – que aporta às ciências sociais uma visão cosmocêntrica redefinindo o lugar do homem no seu entorno.

Notario (2005) apresenta na tese *Ecología profunda y educación* o processo histórico de construção do campo da ecologia, mostrando as diferenças euroamericanas de abordagem, descreve detalhadamente a “ecologia profunda”, origem, pressupostos e princípios, mostrando que um novo paradigma se estabelece, contestando a visão fragmentada e dualista. Segundo a pesquisadora, nas últimas décadas vem-se repetindo que “*el mundo necesita dar un importante giro y acogerse a un nuevo paradigma*” e, para isso “*la ecología profunda ofrece una perspectiva muy singular*” (NOTARIO, 2005, p.12). Do rico material apresentado pela pesquisadora espanhola, retiram-se dois enfoques para construir os fundamentos do que estamos chamando de “paradigma ecosófico”. O primeiro é a distinção entre ecologia superficial e ecologia profunda; o outro é a conceituação do termo “ecosófico”.

O filósofo norueguês Arne Naess (1912-2009), catedrático na Universidade de Oslo que militou apaixonadamente pela sustentabilidade ambiental, cunhou o termo “ecologia profunda” para diferenciá-lo do que chamou “ecologia superficial”. Essa distinção parece fundamental para entender e analisar a organização e seus processos relacionais de comunicação midiática. Segundo Naess, o movimento da ecologia superficial estabelece a luta contra a contaminação e o esgotamento de recursos, tendo como objetivo principal a saúde e a abundância das pessoas dos países desenvolvidos. O movimento da ecologia profunda vai além, busca o todo universal que integre sem perder as diferenças e sem deixar de olhar a natureza. Um ponto forte, reconhecido assim pelo próprio Naess, é a preocupação com a inclusão do valor do que é não humano, dentro do mesmo nível do humano. Essa perspectiva rompe os limites que determinam que tipo de vida é mais ou menos importante. Mais do que relacionar o homem à natureza, a ecologia profunda traz a noção da inseparabilidade humanidade-natureza, entendendo que todas as vidas, humanas e não humanas, são importantes. Sob essa perspectiva, Notario (2005, p. 153-154) propõe a redescoberta do conceito de qualidade de vida, apostando em “*un vivir reconociendo el valor de los de nuestro alrededor y de lo de nuestro alrededor*”, como estilo de vida verdadeiramente humano.

O outro enfoque destacado é o que se refere ao termo “ecosofia”. Naess disse que o movimento da ecologia profunda não é apenas ecológico, mas também “ecofilosófico”, porque

faz reflexões sobre o homem e seu entorno. A “ecosofia” seria então, uma *ecofilosofia* do equilíbrio e da harmonia ecológicos. Seguindo a recomendação de Naess, utiliza-se na tese o termo “ecosofia” para explicitar que é pela perspectiva da ecologia profunda que se opta por entender a relação dos sujeitos com o seu entorno organizacional e social. A perspectiva da ecologia profunda traz uma mudança fundamental para entender o lugar do ser humano no mundo em que habita. Percebe-se a importância de analisar os processos de comunicação midiática realizados pelos sujeitos no entorno organizacional de modo ECO (ecosófico), sem colocar os sujeitos em um status que eles não têm no seu *habitat* natural (cósmico) e organizacional. Fazê-lo de outro modo é trabalhar com uma falácia, em base a uma verdade que não existe.

O modelo EGO (ecologia superficial), sustentado em uma mentalidade antropocêntrica, coloca o homem acima dos outros seres vivos, “atribui apenas um valor instrumental, ou de uso” (CAPRA, 1996, p. 25) da natureza e se expressa nos incontáveis problemas ecológicos do nosso tempo. Mas, mais do que nas crises ambientais, a visão antropocêntrica está presente na construção da relação diária que tem o homem com seu *habitat*, com os outros da sua própria espécie, com “os” sujeitos de seu redor e com “o” seu *habitat*. A visão ecosófica (ecologia profunda) traz amplitude ao lugar do homem em seu meio, na sua vida natural. “*El hombre y su mundo son parte del despliegue de un continuo, donde el uno está por el otro y el otro por el uno*” (NOTARIO, 2005, p. 277). Desqualifica a falácia do EGO (individualidade, poder, separação, hierarquia) e recupera a noção humilde de igualdade e interconexão com o todo. A singularidade do sujeito se amplia para uma complexa rede de relações dependentes, dele com o outro; dele com o todo, com a vida, com a sociedade, com a humanidade, com o planeta.

Nesse sentido, entende-se que o pensamento ecosófico se aproxima do holismo. Nos dois encontramos a “relação” entre partes como fundamento para construir um todo, natural e complexo.

Paradigma da complexidade

Desde nossa particularidade, percebe-se que os paradigmas, holístico e ecosófico, também se aproximam do paradigma da complexidade. Mesmo que Edgar Morin faça duras críticas à abordagem holística conceitual, parece-nos que é evidente a confluência dos paradigmas.

Para explicar o que é complexidade, Morin (2001, p. 20) utiliza a metáfora do *complexus*, um tecido de constituintes heterogêneos inseparavelmente associados que coloca em pa-

radoxo “o uno” e “o múltiplo”. Segundo o pensador francês, “a complexidade é efetivamente o tecido de acontecimentos, ações, interações, determinações, acasos, que constituem o nosso mundo fenomenal”. Para abordar a complexidade dos fenômenos que nos circundam, Morin (2001) propõe a observância de sete princípios do paradigma da complexidade: sistêmico ou organizacional, hologramático ou hologrâmico, anel retroativo, anel recursivo, auto-eco-organização, dialógico, reintrodução.

Concluindo

Esta breve contribuição trouxe uma reflexão que os autores estão realizando para repensar os paradigmas que sustentam processos de comunicação e educação midiática em organizações, motivados pela tese *Competência midiática organizacional*.

Se é certo que todos os paradigmas têm fundamentos na ciência clássica, também é certo que novos paradigmas foram surgindo ao momento que os investigadores foram modificando, relacionando, adaptando métodos de acordo à reflexão da sua área de estudo, de seu contexto histórico.

Ao escolhermos os paradigmas holístico-ecosófico e complexo - queremos dizer ao leitor que escolhemos um caminho para andar, que essa é uma escolha particular, o que não invalida os esforços realizados por outros investigadores que tem outras perspectivas. Explicitar os paradigmas que conscientemente se escolhe para delimitar o estudo parece fundamental para estabelecer as “relações primordiais que determinam conceitos e comandam discursos”, prognosticados por Morin (2002, p.27). Nesse sentido, apresentamos os paradigmas que fundamentam a tese para que o leitor não procure no estudo uma abordagem cartesiana (mesmo que também esteja presente).

Entendemos que o holismo está fortemente inserido no pensamento moderno e traz para a investigação uma visão de universalidade integradora e transdisciplinar que permite enxergar os sujeitos organizacionais (partes) em interações (relações) constantes e paradoxais dentro da organização (parte/todo) e na sociedade (todo/parte), produzindo a realidade do seu entorno.

O paradigma ecosófico, que se considerou por bem assim nominar, traz uma visão nova, profunda das relações que estabelecem os sujeitos com seu habitat, com a natureza e com os outros sujeitos. Retira do homem o seu status antropocêntrico, desqualificando o EGO e provocando reflexões sobre as competências necessárias às ações comunicativas no ambiente organizacional. Tal visão traz o respeito pela vida do outro, humano ou não.

O pensamento complexo de Edgar Morin, mostra princípios, métodos e conceitos necessários para a análise dos processos de comunicação midiaticizada realizados por sujeitos em relação dialógica e de modo *auto-eco-organizadamente* na ambiência organizacional.

No Global MIL Week se enfatizou a importância de estabelecer relações mais dialógicas entre os povos do planeta, como estratégia para fortalecer o entendimento humano. A observância dos paradigmas propostos neste texto deve contribuir para que se pense a *relação* como estado de existência entre a parte e o todo, entre o sujeito e seu habitat (organizacional, social ou planetário) na complexa tessitura da comunicação midiática da atualidade.

Referências

CAPRA, F. **A teia da vida**: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix, 1996.

CREMA, R. **Introdução à visão holística**: breve relato de viagem do velho ao novo paradigma. São Paulo: Summus Editorial, 2015.

MATURANA, H.; VARELA, F. **El árbol del conocimiento**: las bases biológicas del entendimiento humano. Santiago de Chile: Editorial Universitaria, 2013.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

NOTARIO, M. G. **Ecología profunda y educación**. 2005. 300 f. Tesis (Doctorado en Educación) – Facultad de Educación, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2005.

OS AUTORES

ANA CARINE GARCIA MONTERO - Doutoranda no Doctorado Interuniversitario de Comunicación das universidades espanholas Universidad de Huelva, Universidad de Sevilla, Universidad de Cádiz e Universidad de Málaga. Chefe da seção Comunica, da Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil.

JOSE IGNÁCIO AGUADED - Professor titular de Educação e Comunicação da Universidade de Huelva. Editor da Revista Comunicar. Diretor do Mestrado Internacional de Comunicação e Educação (UNIA / UHU). Coordenador UHU do Programa de Doctorado Interuniversitário em Comunicação (EUA, UMA, UCA, UHU).

JOAN FERRÉS PRATS - Professor titular do Departamento de Comunicação da Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, Espanha. Especialista em comunicação e educação. Fundou e dirigiu por 11 anos o Departamento de Audiovisuales de la Editorial Edebé.