

Volume 13, número 3, Setembro - Dezembro de 2019



Psicologia em Pesquisa

<https://periodicos.ufjf.br/index.php/psicologiaempesquisa>



Representações sociais da doação de órgãos para estudantes universitários: dimensões e tensões

Social representations of organ donation among university students: dimensions and tensions

Representaciones sociales de la donación de órganos en estudiantes universitarios: dimensiones y tensiones

Dnyelle Souza Silva¹, Andréa Barbará S. Bousfield², Caroliny Duarte da Silva³

¹ Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). dnyelle.silva@yahoo.com

² Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). andreabs@gmail.com

³ Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). carolinyduartepsi@gmail.com

Informações do Artigo:

*Caroliny Duarte da Silva
carolinyduartepsi@
gmail.com*

Recebido em: 05/07/2019

Aceito em: 20/09/2019

RESUMO

No Brasil, observa-se um aumento no número de doações de órgãos, decorrente principalmente da conscientização da população sobre a importância da doação para a realização de transplantes. O objetivo deste estudo foi conhecer as representações sociais sobre a doação de órgãos para estudantes universitários. Foram realizados três grupos focais, cada um com cinco estudantes universitários, nos quais foi utilizado como estímulo disparador uma campanha em vídeo sobre o tema. O conteúdo das falas dos participantes foi analisado por meio do software IRaMuTeQ. Os resultados indicaram que as representações sociais revelam tensões que carregam antagonismos e dualidades, como: morte e vida, perder e salvar, além de aparecerem associadas ao medo, insegurança e desconfiança quanto à realização do processo.

PALAVRAS-CHAVE:

Doação de órgãos; Representação social; Estudantes universitários.

ABSTRACT

In Brazil, there is an increase in the number of organ donations, mainly due to the population's awareness of the importance of donation for transplantation. The aim of this study was to know the social representations about organ donation among university students. Three focus groups were conducted, each with five university students, in which a video campaign on the theme was used as a trigger. The participants' speech content was analyzed using the IRaMuTeQ software. The results indicated that the social representations on the theme reveal tensions that carry antagonisms and dualities, such as death and life, losing and saving, besides being associated with fear, insecurity and distrust regarding the process.

KEYWORDS:

Organ donation; Social representation; University students

RESUMEN

En Brasil, hay un aumento en el número de donaciones de órganos, principalmente debido a la conciencia de la población sobre la importancia de la donación para realizar los transplantes. El objetivo de este estudio fue conocer las representaciones sociales sobre la donación de órganos en estudiantes universitarios. Se realizaron tres grupos focales, cada uno con cinco estudiantes universitarios, utilizando una campaña de video sobre el tema como estímulo desencadenante. El contenido del discurso de los participantes fue analizado utilizando el software IRaMuTeQ. Los resultados indicaron que las representaciones sociales sobre el tema revelan tensiones que conllevan antagonismos y dualidades, como la muerte y la vida, perder y salvar, además de estar asociadas con el miedo, la inseguridad y la desconfianza con respecto al proceso.

PALABRAS CLAVE:

Donación de órganos; Representación social; Estudiantes universitarios

A doação de órgãos no Brasil apresentou um aumento de 7% no primeiro semestre de 2018, o que representa uma maior chance de acesso a transplantes por aqueles que aguardam na fila de espera. O estado de Santa Catarina registrou taxa recorde em doações de órgãos em 2017. Os dados se referem à existência de 40,8 doadores por milhão de habitantes, um número quase três vezes maior do que a média brasileira (16,6 por milhão de habitantes) comparado ao número de habitantes por estado (Associação Brasileira de Transplante de Órgãos [ABTO], 2018). Segundo o Ministério da Saúde [MS] (n.d.), este aumento do consentimento das famílias para a doação de órgãos se deu devido à maior conscientização da população sobre a importância da doação de órgãos para a realização de transplantes. Pressupõe-se, portanto, que a

população tem conhecimento de que é a família quem autoriza a doação, mesmo nos casos em que a pessoa manifeste que é doadora anteriormente a sua morte.

O MS acredita que um maior investimento em campanhas sobre a doação de órgãos, nos últimos anos, tenha motivado a propagação de informações sobre o tema. Em geral, alguns órgãos oficiais, como o MS, têm realizado, desde 2015, uma campanha anual com divulgação via mídia digital, assim como a ABTO tem utilizado outros recursos como folders e vídeos em televisão aberta. Em aplicativos digitais, como o YouTube, é possível acessar alguns vídeos de campanhas regionais ou mesmo não oficiais a respeito do tema da doação de órgãos. Estes veículos parecem ferramentas importantes para acesso da população sobre o tema. Entretanto, ainda se desconhece o impacto destes meios de comunicação como informativos e na produção de conhecimento coletivo sobre o tema doação de órgãos.

Não foram encontrados até o momento estudos sobre o conhecimento da população geral brasileira a respeito de como funciona a doação de órgãos, porém, alguns pesquisadores buscaram compreender a percepção que as famílias doadoras têm sobre o processo da doação de órgãos, após a experiência da doação. Santoro, Mahl, Silva e Oliveira (2013) concluíram que, para além da experiência, os familiares perceberam outros entraves, como a burocracia e a demora para a realização e a concretização do procedimento. Entretanto, os pesquisadores consideraram que existe uma probabilidade de reparação, que, associada ao gesto da doação do órgão, remete à continuidade da vida, trazendo conforto às famílias que optaram por serem doadoras.

Outro estudo que também buscou conhecer as impressões das famílias pós-doação indicou que os entrevistados foram impactados pela pouca sensibilidade da equipe médica na comunicação da morte encefálica do potencial doador, bem como pela falta de suporte social e emocional perante às questões experienciadas pelas famílias (Fernandes, Bittencourt & Boin, 2015). Isto sugere a existência de falhas no processo de captação de órgãos no que se refere ao conhecimento e preparo para lidar com as famílias.

As atitudes favoráveis ou não às doações de órgãos foram analisadas por diversos países, remetendo a conclusões semelhantes quanto ao posicionamento das diferentes culturas frente à doação de órgãos quando

diz respeito à condução do processo de doação desprovida de suporte emocional, aliada a falta de informações objetivas sobre o que é morte encefálica e como se dá o processo após o diagnóstico (Manuel, Solberg & MacDonald, 2010; Kim, Yoo & Cho, 2014; Tawil *et al.*, 2014). Isto sugere que a falta de conhecimento e informação anterior ao processo de doação pode ser um complicador na percepção das famílias.

É mediante cenários complexos, como o da doação de órgãos, que a Teoria das Representações Sociais (TRS) se propõe a estudar a difusão dos saberes, a relação pensamento e comunicação, a gênese do senso comum. Em alguns casos, as representações sociais (RS) permitem acessar o processo de transformação do conteúdo científico em algo familiar ao senso comum, gerando a propagação de um determinado saber, seja positivamente ou negativamente, direcionando assim práticas cotidianas (Moscovici, 1984; Jodelet, 2001). As RS são consideradas modelos dinâmicos de construção do conhecimento acerca de um objeto. Um dos modelos utilizados para compreender como as RS se constituem são a objetivação e a ancoragem, estes são processos cruciais para modelação do fenômeno e ocorrem simultâneos à realidade. Compreendendo, portanto, a realidade reconstruída no sistema cognitivo dos indivíduos, com articulação entre elementos afetivos, mentais e sociais (Jodelet, 1989).

No presente estudo, o objetivo foi estimular e identificar, mediado pelo debate dos participantes nos grupos focais, as representações sociais presentes na doação de órgãos, bem como sua possível relação com a representação social de corpo presente na fala de estudantes universitários. Considerando que estes pudessem representar uma parcela do senso comum que não domina o conhecimento especializado sobre o tema doação de órgãos, mas que, ocasionalmente, pode ter experienciado a doação de órgãos de um familiar.

Método

Participantes

Os participantes foram 15 alunos de graduação e pós-graduação, maiores de 18 anos, de uma Universidade pública do Sul do país. Estes foram convidados por meio de divulgação através de anúncio na mídia da universidade, cartazes e e-mails institucionais. Com o objetivo de manter a composição da amostra apenas com sujeitos leigos no assunto da doação de órgãos, utilizou-se como critério de exclusão os alunos

dos cursos da área da saúde ou que trabalhassem em um hospital. Uma vez que, segundo a teoria das RS, estes compõem o universo reificado ou especializado, já que possuem acesso às informações do protocolo da doação de órgãos.

Quanto ao perfil dos participantes, o grupo 1 foi composto por quatro participantes do sexo masculino e uma do sexo feminino. Dois declararam serem alunos de pós-graduação, sendo um da Engenharia e outro da Saúde Coletiva, e três são estudantes de graduação em Letras, Psicologia e Antropologia. A média de idade deste grupo foi de 27 anos e havia tanto cristãos quanto agnósticos.

O grupo 2 foi composto inteiramente por participantes do sexo feminino, com média de idade de 34 anos. As participantes são estudantes de graduação em Odontologia, Psicologia e Serviço Social, e duas da pós-graduação em Psicologia e Filosofia. Quanto à religião, as participantes, indicaram serem católicas, umbandistas e agnósticas.

O grupo 3 foi composto por quatro participantes do sexo feminino e um do sexo masculino, com média de idade de 26 anos. Um dos participantes é estudante de graduação em Engenharia de Alimentos; dois, em Psicologia e; os outros dois são estudantes da pós-graduação em Psicologia. As religiões dos participantes são espírita, evangélica e agnóstica.

Dos quinze participantes, um referiu não ser doador de órgãos (grupo 3) e dois referiram não ter definido serem ou não doadores (grupo 1). Onze participantes dos três grupos referiram serem doadores e terem informado à família sobre tal desejo, e um registrou que, apesar de querer ser um doador, ainda não comunicou à família.

Instrumento de coleta de dados

Os dados foram coletados a partir da técnica de grupo focal, que, segundo Kalampalikis (2011), desempenha um papel fundamental ao permitir uma coleta ampla de falas, sejam elas circundadas por pontos de vista, opiniões, informações ou memórias em torno de objetos, como é o caso da doação de órgãos, que permeia aspectos consensuais e conflitantes concomitantemente. Os grupos focais foram estimulados por

meio de um vídeo oficial da campanha sobre doação de órgãos veiculado pelo Ministério da Saúde na mídia digital (MS, n.d.).

Material

O vídeo tem duração de aproximadamente seis minutos. O conteúdo da campanha é dividido em uma parte com desenhos animados e o último minuto remete à imagem de uma mãe e um filho numa situação próxima a realidade. A campanha foi constituída predominantemente por metáforas que associaram situações da vida cotidiana a personagens em forma de relógio com papéis sociais definidos, visando com isso apresentar ao expectador a temática da doação de órgãos indiretamente. A música do vídeo também sugeria a doação como foco, porém não diretamente a doação de órgãos. A mensagem da campanha esteve, tanto nas imagens quanto nos recursos auditivos, vinculada a ideia da doação como ato de compartilhar.

Procedimento de coleta de dados

Cada grupo assistiu a mesma campanha de doação de órgãos e foi estimulado com o mesmo roteiro: a) Qual a mensagem principal que o vídeo remete quando vocês o assistem?; b) Após o acesso ao vídeo, vocês acreditam que sua opinião sobre a doação de órgãos modificou? Por quê?; c) Como o corpo aparece no vídeo?; d) Se vocês pudessem propor uma campanha para informar as pessoas sobre a doação de órgãos, qual mensagem vocês considerariam importante transmitir? Os grupos tiveram duração média de 1 hora, somando a apresentação da campanha em vídeo de 6 minutos.

Análise dos dados

As falas dos grupos focais foram gravadas e transcritas para a construção do *corpus* e, em seguida, organizadas em um eixo monotemático composto pelos grupos 1, 2 e 3. Por fim, os dados foram submetidos à análise hierárquica descendente (CHD) e à análise de similitude com auxílio do software IRaMuTeQ (Camargo & Justo, 2013).

Procedimentos Éticos

A pesquisa teve a aprovação do Comitê de Ética para Pesquisa com Seres Humanos (Parecer 2.814.942 e CAAE 61511716.1.0000.0121) e foi realizada com base nos determinantes instituídos pela

resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde – CNS. Todos os participantes receberam e assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), contendo esclarecimentos sobre a pesquisa e declarando-se cientes sobre a gravação em áudio e a utilização dos dados obtidos para produção de resultados de dados grupais.

Resultados

A representação social e a campanha de doação de órgãos: repercussões

O *corpus* monotemático foi submetido à CHD e os três textos iniciais se desdobraram em 335 segmentos de textos, que apresentaram um total de 1182 formas após a lematização, com 12106 ocorrências. A CHD teve um aproveitamento de 77,61% das formas e particionou o *corpus* em cinco classes de contextos lexicais, conforme apresentado na Figura 1.

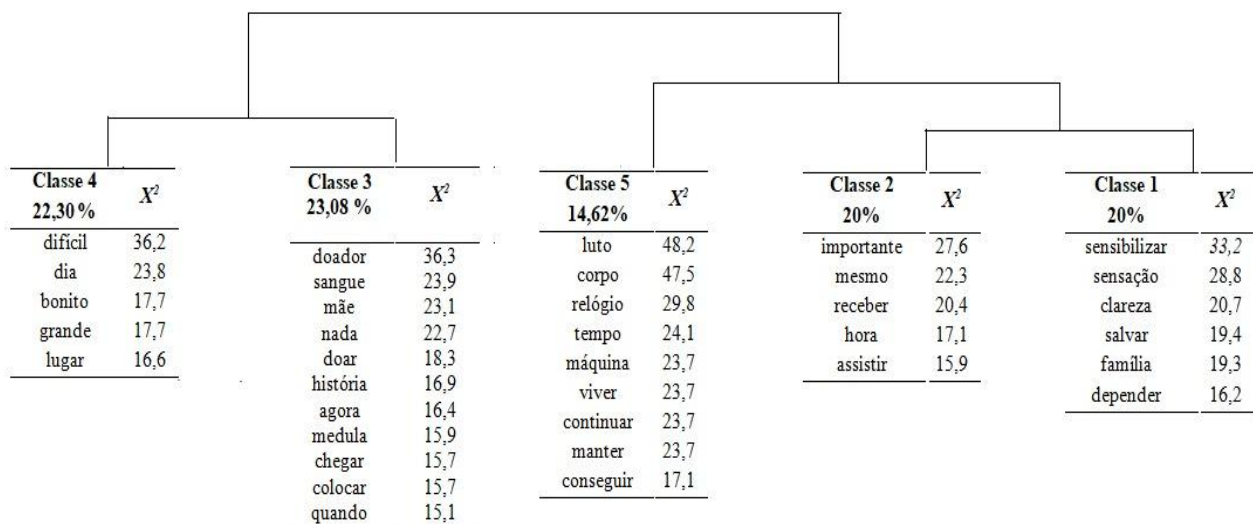


Figura 1. Dendrograma da CHD gerado na análise do Software IRaMuTeQ.

A primeira formação originou o *corpus* “doação de órgãos” que foi dividido (1ª partição) em dois *sub-corpora*, ou seja, as classes 5, 2 e 1 em oposição as classes 4 e 3. No primeiro *sub-corpus*, a Classe 5 ficou em oposição com as classes 2 e 1, consecutivamente. A segunda partição gerou 2 *sub-corpora* que incluíram as classes 4 e 3, respectivamente. Estas duas partições iniciais, originaram de um lado, as classes 5 seguidas das classes 2 e 1, e do outro, as classes 4 e 3.

A Classe 5 (14,6%), denominada “luto e corpo”, sugere que a morte e o corpo ainda são representados como algo dissociado da doação de órgãos. A fala dos participantes apresentou referências ao estado do corpo no *pós-mortem*, ao uso do corpo como máquina e à dificuldade em compreender o diagnóstico de morte encefálica. Como mostra o seguinte excerto do grupo 2:

“(…) fazer alguma coisa sobre conversar sobre a morte, o tempo do luto e da espera pelo corpo e não ficar tanto na metáfora. Principalmente passar a informação porque a gente não sabe como acontece o processo [de doação de órgãos *pós-mortem*]”.(Grupo 2, março de 2018)

Neste sentido, a classe 5 representa a manutenção do corpo vivo, produtivo e íntegro, parece um dispositivo utilizado pelos participantes para incorporar a doação de órgãos à vida.

A Classe 2 (20%), denominada “sensibilizar e família”, esteve associada a Classe 1 (20%), “importância da mensagem”. Em ambas as classes, as campanhas informativas predominaram nas falas enfatizando a importância de difundir o conhecimento a respeito do tema e ressaltando a importância do caráter emocional e racional na decisão pela doação de órgãos:

“A família precisa ter esta consciência de que pode ajudar mais gente. Sensibilizar quem ficou que tem como salvar mais gente.” (grupo 3, março de 2018).

A característica principal associada ao vídeo foi o dispositivo emocional que envolve o tema da doação de órgãos, invocando sensações e sentimentos que acabaram prevalecendo sobre o caráter informativo. Nesta perspectiva, os participantes consideraram a importância de falar sobre doação, mas também de ter conhecimento de como se dá o processo como estratégia para lidar com os sentimentos negativos que remeteram o vídeo da campanha. O aspecto emocional relativo ao sentimento de perda, também esteve presente significativamente em algumas falas, como por exemplo:

“Você fica pensando que triste que morreu, não fica pensando se doou ou não doou, e tu não pensa: ah! Ele doou um órgão e salvou uma vida.” (Grupo 1, março de 2018).

A Classe 1 (20%), que esteve associada principalmente a importância do conhecimento sobre a doação de órgãos, foi significativamente predominante no grupo 3. O grupo 3 foi composto por quatro doadoras e um não doador. Todos os participantes afirmaram saber pouca informação sobre o processo de doação de órgãos.

A Classe 4 (23,1%), caracterizada como “doador e sangue”, trouxe a complexidade do antagonismo que compõe a doação de órgãos, demonstrando percepções duais sobre a doação no que confere ao processo de doação como difícil e desconhecido:

“Interessante como a gente fala da doação de sangue quando pergunta da doação de órgãos (...) talvez porque tem mais informação, é algo mais próximo” (Grupo 2, março de 2018).

A Classe 3 (22,3%), chamada de “difícil e bonito”, aparece evidenciando o resultado da doação como algo bonito e grandioso. O difícil apareceu tanto no sentido de efetivar o processo de doação, devido à precariedade do sistema de saúde, como a compreensão do vídeo da campanha que, por ser permeado por metáforas, impedia o acesso à informação daqueles que não conheciam como se dá o processo de captação e doação de órgãos:

“Porque na hora fica difícil, as pessoas precisam saber antes como fazer e ter conhecimento de ter conversado em casa, ter tido contato. Mas é difícil porque ninguém quer pensar que vai morrer e não quer que ninguém morra” (Grupo 3, março de 2018).

A classe 3, apesar de predominantemente presente no grupo 1, não teve associação estatisticamente significativa. O grupo 1 teve dois participantes que relataram não ter uma posição sobre ser doador de órgãos. Neste grupo, a dualidade entre a confiança no procedimento médico com o corpo, diagnóstico de morte encefálica e a admiração pelo ato de doar se manteve permeado pelo medo do desconhecido:

“Fiquei pensando como deve ser decepcionante você fazer todo o processo e no final teu órgão não servir para nada porque não chegou a tempo ou o sangue venceu (...) será que a pessoa fica sabendo (...)” (Grupo 1, março de 2018).

No entanto, a classe 3 esteve particularmente ligada ao grupo 1 e esta associação foi estatisticamente significativa ($p < 0,05$). Neste sentido, a doação surgiu como algo concreto e palpável, como a doação de

sangue, que é uma situação em que o processo de doação é conhecido e pareceu orientar os participantes para se posicionar sobre o tema.

“(…) não tão trágico, mas mostrando a ideia mesmo ou a necessidade de doar, tipo como é na doação de sangue”.(Grupo 1, março de 2018)

A classe 5, luto e corpo, foi estatisticamente significativa quando associada ao grupo 3. O discurso predominante neste grupo foi o de perda, a vivência da perda do corpo como algo insustentável, doloroso e difícil de elaborar, promovendo, inclusive, diversas falas que remetiam a perda seguidas de momentos prolongados de silêncio:

“Acho que vai da experiência de cada um, eu já passei pela experiência do luto e a música e o vídeo me trouxeram a questão da morte, me deu uma emoção negativa, aquele *negocinho*”.(Grupo 3, março de 2018)

Análise de similitude: representações sociais da doação de órgãos e de corpo

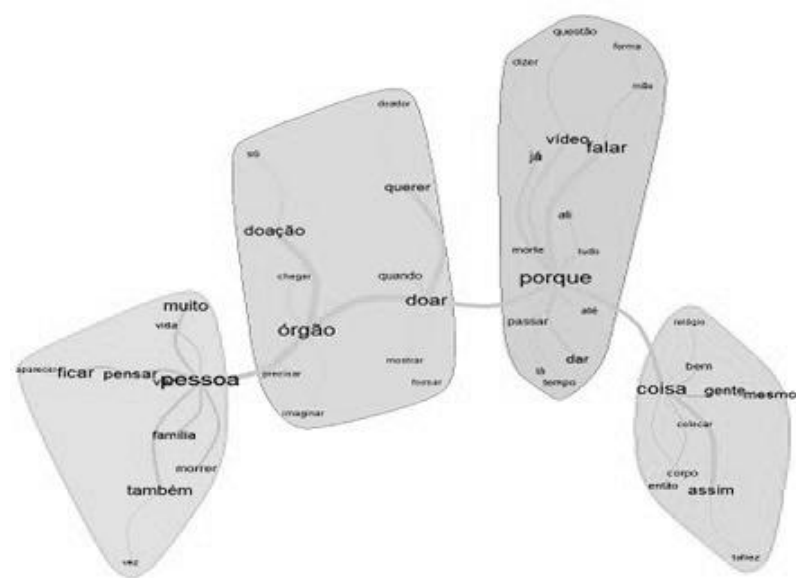


Figura 2. Representações sociais da doação de órgãos e de corpo expressa no grupo focal.

O recurso da análise de similitude possibilitou visualizar as tensões e as dimensões que cercam as representações sociais da doação de órgãos entre os estudantes universitários. Na Figura 2, percebe-se que a família e a pessoa aparecem associadas ao antagonismo vida e morte, reforçando a ideia de uma proximidade

com a afetividade. Em contrapartida, a doação do órgão vem associada ao ato de doar, percebe-se que neste momento o que se aproxima do ato de doar é algo distante, um objeto, não mais uma pessoa. Na sequência, o conteúdo do vídeo surge próximo ao falar sobre a morte, doar e o tempo, mensagens presentes na campanha. Já o corpo, na sequência, aparece vinculado a uma “coisa”, devido à influência da imagem da campanha, como um relógio, uma máquina que produz e pode ser consertada.

A construção das esferas de pertença das representações sociais (Jodelet, 2009) presentes na doação de órgãos pelo senso comum, neste estudo representada por estudantes universitários, foram: intersubjetiva, subjetiva e transubjetiva. O caráter intersubjetivo característico das representações sociais apareceu no relato dos participantes quando coisificaram a doação de órgãos. A construção individual a respeito do corpo e a doação foi permeada pelo sentimento de não ter informação o suficiente para formular como se dá o processo, impedindo a relação cognitivo-racional-informacional pela falta de contato com o técnico-científico.

O caráter subjetivo remeteu à experiência como doador de órgãos e à vivência de alguém próximo com a doação, ambas nos grupos 2 e 3. A experiência positiva e objetiva, suportada pela prática social e pela informação acessível em relação à doação de sangue. E, em contrapartida, a experiência negativa da doação de órgãos constatada pela falta de informação e acesso ao processo.

A natureza transubjetiva apareceu associada ao corpo quando personificaram o medo da morte e da perda, transformando o luto em sentimento compartilhado; e quando associado a partes do corpo doadoras como rim, córnea, enfim, como partes do corpo enquanto máquina, próximo ao sugerido na mensagem da campanha. Se, por um lado, a campanha tenta sugerir a mensagem cognitiva da doação como algo positivo, por meio da ideia de compartilhar que surge na letra da música e nas atitudes dos personagens que consertando partes uns dos outros mantém o mundo funcionando, por outro, a interpretação que fica para os participantes parece ser a perda, o sofrimento da família, remetendo ao mito da morte.

Discussão

No Brasil, a legislação sobre a doação de órgãos propõe a participação da família na decisão da doação quando a pessoa falecida não tiver se manifestado antes da morte. A discussão sobre a autonomia do processo

de doação ainda é um debate recorrente entre as equipes transplantadoras, pois boa parte das recusas para doação de órgãos são por parte dos familiares. As razões pelas quais os familiares tendem a recusar a doação já foram relatadas em um estudo brasileiro (Moraes & Massarollo, 2009), sendo elas relacionadas a crenças, valores pessoais e inadequações no processo de doação e transplantes.

A análise do conteúdo das falas tem sido um método utilizado para acessar as RS (Moscovici, 1989) e o grupo focal tende a sustentar impressões das condições de sua interação e diversidade, inclusive, como vem sendo produzida cognitivamente a construção e dinâmica metodológica do campo de estudo das representações sociais (Kitzinger, Markova & Kalampalikis, 2004). O grupo focal pode fornecer, com base na interação, como valores e normas culturais se apresentam no grupo, permitindo a reprodução de condições naturais de interação e comunicação numa representação de uma microssociedade (Kalampalikis, 2011).

No presente estudo, pode-se perceber, por meio dos conteúdos das falas dos participantes dos grupos focais, o quanto o processo de doação de órgãos é desconhecido pelos leigos. A falta de informação associada a crenças pessoais tem provocado desconfiança em relação à condução do processo. Outro fator importante que apareceu nos resultados das análises foi a carga emocional presente no ato de doar um órgão. A doação aparece significativamente ligada à morte, como sentimento de perda, sendo a representação mais presente nos três grupos.

A afetividade é uma dimensão da representação social incorporada pelos estudos de Jodelet (1993), quando a mesma reconhece os fenômenos cognitivos associados ao pertencimento social dos indivíduos. A autora considera que o pertencimento social dos indivíduos é entrelaçado pelas implicações afetivas e normativas, pela interiorização das experiências e das práticas sociais, pelos modelos de conduta e de pensamento disseminados pela comunicação social, que o produz e reproduz, reconhecendo seu caráter dinâmico e construtivo, que remete à representação social ligada à realidade social como uma construção consensual, estabelecida na interação e na comunicação.

Como sistema de interpretação, as representações sociais que apareceram nos grupos focais permitiram iniciar a análise de como os participantes construíram, a partir do estímulo da campanha de doação de órgãos

(conteúdo informacional), sua relação com o mundo e com os outros, orientando seu posicionamento a respeito do tema da doação de órgãos. O processo de objetificação e ancoragem (Jodelet, 1989; 1993) se deu a partir de relatos experienciais, na busca por aproximação de experiências dos participantes – por exemplo, aproximação do objeto doação de órgãos com a doação de sangue – ancoradas na justificativa da importância ao acesso à informação, ou na fala de ter recebido informações, muitas vezes imprecisas, sobre experiências de outras pessoas e de como foi o processo de doação de órgãos.

A comunicação intergrupal e interpessoal pareceu consoante entre a maioria dos participantes que se declararam a favor da doação de órgãos enquanto um valor social compartilhado, porém, apesar de favoráveis a doação, estes trouxeram dúvidas a respeito de como se tornar um doador de órgãos, como é feita a seleção do receptor e em que condições a doação é possível. Entretanto, foram os participantes que disseram não saber ser favorável ou não à doação que trouxeram conteúdos mais conflituosos, como a crenças de como se dá o processo em casos de falha no atendimento hospitalar, a desinformação e a desconfiança no ato de doar como algo puro e livre de interesses, sejam eles econômicos e sociais, ou individuais.

Neste sentido, a difusão e assimilação dos conhecimentos no desenvolvimento individual e coletivo, na definição das identidades sociais e pessoais e na expressão dos grupos apareceram permeados pelas crenças e experiências pessoais mais do que na informação ou no conhecimento formalmente estabelecido (científico, por exemplo). Inclusive, em dois grupos, a experiência pessoal de participantes com a doação de órgãos foi um norteador para a diferenciação do grupo e a consolidação do não saber efetivamente quais os critérios para que se possa ser um doador de órgãos. A morte encefálica, por exemplo, foi um fenômeno cognitivo de termo técnico que abriu o campo de discussões sobre como a morte é identificada (invocando a questão da confiança no equipamento social).

Outro conteúdo relacionado à morte e ao corpo, porém mais afetivo, apareceu na contradição enfrentada ao lidar com o corpo ainda funcionando atrelado a máquinas e a necessidade de se pensar na doação dos órgãos do familiar, gerando assim uma relação de pertencimento com implicação afetiva e normativa. Deve se levar em conta ainda a questão da interiorização das experiências que essencialmente são

associadas ao negativo, como a perda e o luto, e como elas podem gerar representações da doação de órgãos. Três estudos interdependentes com 192 estudantes universitários de São Paulo trouxeram resultados semelhantes no que diz respeito à doação de órgãos. Entre eles: crítica ao sistema de saúde, razões bioéticas, como desconfiança de uma morte premeditada e contrabando de órgãos, além do desconhecimento da lei de transplantes e o medo da morte (Bendasolli, 2001).

As representações sociais da doação de órgãos presentes nestes grupos focais foram ancoradas no desejo dos participantes de promover uma ação positiva (a doação) como recurso coletivo. No entanto, no debate, a construção da objetivação da doação de órgãos esteve condicionada ao ato de doar um órgão associado à perda de um ente querido. A dualidade que predomina na construção das representações sociais da doação de órgãos pareceu intimamente relacionada ao sentimento de perda frente à morte, sendo o luto a representação mais evidente; ao mesmo tempo, o que é compartilhado é o desconhecido, o outro que precisa dos órgãos, mas que não está na minha experiência, não me afeta diretamente tanto quanto aquele do qual estou perdendo. Neste contexto, a representação individual prevalece sobre o sentimento do coletivo, fortemente marcada pela experiência pessoal, pelo modo como cada um representa a morte como perda e sofrimento, e que provoca um sentimento comum de “não querer falar sobre isso”.

Alguns participantes reconheceram nas falas a morte como “mito” e como um diferencial na decisão de comunicar a família sobre o fato de ser doador, uma vez que implicaria em sentimentos negativos associados ao tema. A representação social da morte é um tema que já apareceu em estudos sobre as representações sociais da doação de órgãos em profissionais de saúde (Nascimento & Roazzi, 2007), porém não foram encontrados estudos sobre o tema na população geral, o que mereceria um aprofundamento, inclusive com o objetivo de revelar uma aproximação da vida mental e coletiva, no que diz respeito ao tema.

A impossibilidade observada nestes grupos focais de criar para a morte um lugar, um significado ou imagem, na recusa de continuar falando sobre o tema, foi também percebida no estudo com profissionais de saúde de Nascimento e Roazzi (2008). Para os autores, a dispersão ou a não presença de uma figura imagética da morte pode ser justificada pela proposição de Moscovici (1976) de que alguns conceitos não são passíveis

de se ligarem a imagens pelo conteúdo psicológico envolvido. Neste caso, a morte parece portadora de um conteúdo abstrato desconhecido que impossibilita a tradução da ideia em imagem, gerando o comportamento cognitivo de recusa e evitação (Nascimento & Roazzi, 2008).

A doação de órgãos e a morte parecem compor imagens de significado contrastantes que numa posição dialética exprimem um certo *continuum*, não necessariamente racional, que remete à polifasia cognitiva, na qual projeções são invocadas, em que a morte compõe o fim do corpo material e; imagens ansiogênicas, em que o conteúdo metafísico se faz presente, crenças e valores pessoais vão compor sentidos e lógicas distintas. Neste aspecto, a polifasia cognitiva, segundo Jovchelovitch (2004), invoca na interconstituição dos saberes cotidianos, que vão desde o profissional ou pessoal, que o signo icônico pode absorver na realidade percebida (Nascimento & Roazzi, 2008).

O conteúdo da doação de órgãos presente nas falas dos participantes dos grupos focais trouxe a presença dos órgãos como algo “coisificado”, como objeto dissociado do corpo, do corpo enquanto corporeidade que afeta e é afetado, pertencente a uma história ou uma família, por exemplo. Mas, sim, associada a um corpo máquina, um corpo socialmente produtivo. Em parte, esta representação pode ter sido influenciada pela presença de um relógio no vídeo da campanha que traz a mensagem de trocar peças para continuar funcionando. Em algumas falas de participantes do grupo 2, isso aparece como um exemplo e seguida como uma crítica social, mencionando que a construção da campanha tenderia a trazer este corpo “capitalizado”. Entretanto, a doação de órgãos, para a maioria dos participantes, apareceu como simplesmente a de partes do corpo, como rim e córnea, sem se dar conta de que estes compõem um corpo afetivo, dotado de personalidade, o mesmo que temem perder. A tentativa deste processo de coisificação parece ser uma expressão do distanciamento afetivo, do sentimento de perda que está associado à morte de um corpo que portaria uma história, sentimentos e valores, e que passaria a ser uma “coisa”, um objeto que pode ser manipulado sem que seja sentido.

As imagens e a significação são dois recursos que, ao atuar dialeticamente, instrumentalizam as estruturas internas das representações sociais em relação aos grupos que as modelam, servindo de ponto de

ancora para um posicionamento em relação à doação de órgãos, neste caso, mediando trocas intercomunitárias e intergrupais (Moscovici, 1988; Jovchelovitch, 2001). No caso da construção da campanha, as imagens previamente apresentadas aos grupos focais foram incorporadas nas falas dos participantes apenas nos primeiros momentos de debate, logo apareceram imagens incorporadas pelas experiências anteriores associadas a imagens confusas sobre como se dá o processo e, no final, foram sendo associadas a experiências afetivas associadas ao sentimento de perda frente à morte, já distante da relação com a doação de órgãos inicialmente proposta. Portanto, o processo de objetivação aparece aqui interpelado pelo aspecto afetivo que compõe o núcleo figurativo, que permanece distante do racional, gerando dificuldades no que se refere a intervenções futuras sobre as representações sociais da doação de órgãos, pois o núcleo figurativo seria composto pela parte mais concreta e estável assim como o significado da representação social. (Alves-Mazzotti, 1994).

Este distanciamento presente na campanha e na fala dos participantes traz novamente a dificuldade de incorporar aspectos afetivos e informacionais ao processo de doação de órgãos como única representação. A dualidade presente entre a morte (enquanto perda, sofrimento, que é subjetiva e abstrata) e a doação (geração de continuidade da vida do outro, sentimento de compartilhar, órgãos dissociados do corpo social) ressoa em todas as falas, em alguns momentos de forma direta, como, por exemplo, quando um participante relata que não doaria para um criminoso, em consonância com crenças morais e pessoais ou; indiretamente, como a falta de investimento, aproximação aqui ao descrédito social na competência do governo em gerenciar e promover saúde.

Considerações finais

A preocupação dos participantes em como se dá o processo de abordagem das famílias foi amplamente discutido nos grupos. A representação social apresentada foi mais cognitiva e afetiva, demonstrando uma divergência entre o desejo de saber como se dá o processo e o sentimento de sofrimento ao entrar em contato com a possibilidade de perda e a vivência do luto. Alguns participantes remeteram à informação detalhada como angustiante e desnecessária no momento do diagnóstico de morte e abordagem familiar para a doação

de órgãos. Outros, no entanto, disseram que estas informações deveriam ser disseminadas em outro momento, em que a experiência pessoal não estivesse presente. O processo de escolha apareceu intimidado pela insegurança, dificuldade de interiorização das informações no momento da perda de um ente querido.

Apesar da maioria dos participantes terem relatado serem doadores de órgãos, todos referiram dificuldade em abordar o tema com a família. A alegação principal do discurso foi o momento de iniciar o assunto, que é recebido pelo outro, muitas vezes, como algo negativo e desnecessário de ser falado. A dificuldade em falar sobre doação de órgãos apareceu ancorada na dificuldade em abordar o tema da morte em nossa sociedade. Novamente, a representação social sobre a doação de órgãos se apresenta articulada na crença social de que falar sobre morte evoca dor e sofrimento, implicando em um distanciamento entre as experiências vivenciais e a produção de conhecimento sobre o tema, mantendo, portanto, o papel mitológico da morte e provocando o mesmo com a doação de órgãos.

Estudos posteriores poderão focar na identificação das representações sociais ancoradas nas imagens que norteiam a doação de órgãos. Uma vez que, as imagens apresentadas pela campanha foram consideradas metáforas distantes e não foram associadas ao processo de doação de órgãos. Conhecer as imagens associadas ao processo de doação pode ajudar em intervenções focadas no núcleo figurativo das RS de doação de órgãos, aumentando assim as chances de promover maior aproximação do senso comum ao conhecimento sobre o tema doação de órgãos.

Referências

- Alves-Mazzotti. (1994). Representações Sociais: aspectos teóricos e aplicações à Educação. *Em Aberto*, Brasília, 14 (61), 60-78. <http://dx.doi.org/10.15603/1982-8993/ml.v1n1p18-43>
- Associação Brasileira de Transplante de Órgãos. (2018). *Registro Brasileiro de Transplantes: dados numéricos da doação de órgãos e transplantes realizados por estado e instituição no período: janeiro/junho - 2018*. Recuperado em <http://www.abto.org.br/abtov03/Upload/file/RBT/2018/rbt2018-1-populacao.pdf>
- Bendassolli, P. F. (2001). Percepção do corpo, medo da morte, religião e doação de órgãos. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 14(1), 225-240. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-79722001000100019>
- Camargo, B. V. & Justo, A. M. (2013). IRAMUTEQ: Um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas em Psicologia*, 21, 513-518. <http://dx.doi.org/10.9788/TP2013.2-16>
- Fernandes, M. E. N., Bittencourt, Z. Z. L. de C., & Boin, I. de F. S. F.. (2015). Vivenciando a doação de órgãos: sentimentos de familiares pós consentimento. *Revista Latino-Americana de Enfermagem*, 23(5), 895-901. <http://dx.doi.org/10.1590/0104-1169.0486.2629>
- Jodelet, D. (1989). Représentations sociales: un domaine em expansion. In: D. Jodelet (Ed.) *Les representations sociales*. Paris: PUF, 31-61.
- Jodelet, D. (1993). *Representações sociais: um domínio em expansão*. UFRJ: Faculdade de Educação.
- Jodelet, D. (2001) Representações Sociais: um domínio em expansão. In: D. Jodelet (Org), *As representações sociais*. Rio de Janeiro: Ud UERJ, 19-44.
- Jodelet, D. (2009). O movimento de retorno ao sujeito e a abordagem das representações sociais. *Sociedade e Estado*, 24(3), 679-712. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69922009000300004>
- Jovchelovitch, S. (2001). Representações sociais: saberes sociais e polifasia cognitiva. *Cadernos Cultura e Pesquisa (Blumenau)*, 2, 1-56.
- Jovchelovitch, S. (2004). Psicologia social, saber, comunidade e cultura. *Psicologia Social*, 16(20), 20-31. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-71822004000200004>

- Kalampalikis, N. (2011). Um outil de diagnostic dès représentations sociales: Le focus group. *Revista Diálogo Educacional*, 11(33), 435-467. <http://dx.doi.org/10.7213/rde.v11i32.4405>
- Kim, H., Yoo, Y., & Cho, O. (2014). Satisfaction With the Organ Donation Process of Brain Dead Donors Families In Korea. *Transplantation Proceedings*, 46(10), 3253-3256. <http://dx.doi.org/10.1016/j.transproceed.2014.09.094>
- Kitzinger, J., Markova, I., & Kalampalikis, N. (2004). *Bulletin de psychologie*, 57 (3), 237-243.
- Manuel, A., Solberg, S., & MacDonald, S. (2010). Organ donation experiences of family members. *Nephrology Nursing Journal*, 37(3), 229-237.
- Ministério da Saúde (n.d.). *Doação de Órgãos: transplantes, lista de espera e como ser doador*. Recuperado em <http://portalms.saude.gov.br/saude-de-a-z/doacao-de-orgaos>
- Moraes, E. L. de, & Massarollo, M. C. K. B. (2009). Recusa de doação de órgãos e tecidos para transplante relatados por familiares de potenciais doadores. *Acta Paulista de Enfermagem*, 22(2), 131-135. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-21002009000200003>
- Moscovici, S. (1976). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris, PUF.
- Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. In: R. M. Farr, & S. Moscovici (Eds.), *Social representations*. Cambridge: Cambridge University Press, 3–69.
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18, 211-250. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420180303>
- Moscovici, S. (1989). Des représentations collectives aux représentations sociales: éléments pour une histoire. In: D. Jodelet (org.). *Les Représentations sociales*. Paris: PUF, 62-86.
- Nascimento, A. M. do, & Roazzi, A. (2007). A estrutura da representação social da morte na interface com as religiosidades em equipes multiprofissionais de saúde. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 20(3), 435-443. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-79722007000300011>

- Nascimento, A. do, & Roazzi, A. (2008). Polifasia cognitiva e a estrutura icônica da representação social da morte. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 21(3), 499-508. <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-79722008000300019>
- Santoro, K. A., Mahl, A. C., Silva, J. C. da, & Oliveira, L. A. de. (2013). Na contramão do egoísmo: a percepção acerca da doação de órgãos pela família doadora. *Unoesc & Ciência – ACBS*, 4(2), 165-176. Recuperado de <https://portalperiodicos.unoesc.edu.br/acbs/article/view/3648>
- Tawil, I., Brown, L. H., Comfort, D., Crandall, C. S., West, S. D., Rollstin, A. D., . . . Marinaro, J. (2014). Family Presence During Brain Death Evaluation. *Critical Care Medicine*, 42(4), 934-942. <http://dx.doi.org/10.1097/ccm.0000000000000102>