ANEXO 1: IDENTIDADES E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: UMA FORMA DE CONHECIMENTO.

A abordagem Psicossocial em que o estudo «Expressão do HIV/SIDA no Moçambique da África Austral» se inscreve, pede um pequeno esclarecimento teórico-didáctico da teoria das Identidades e Representação Social. O indivíduo e o grupo como identidades e o social na sua construção simbólica e interactiva. O simbólico constrói-se entre dois pólos, entre o significado e o significante, no intra (espaço dentro do indivíduo ou grupo; o eu e o self; eu próprio), ou então no inter (indivíduos ou grupos entre si –interaccionismo simbólico; o alter). Trata-se a SIDA como uma doença, cujo risco de contágio se inscreve na Dualidade Social Tradicional (homens/mulheres, ricos/pobres, população urbana/ população rural, heterossexual/homossexual, solteiros/casados). Trata-se pois o indivíduo e o grupo segundo a sua representação social, no plano interno e externo, tendo como substracto a compreensão do contexto social, que se manifesta em elementos cognitivos tais como imagens, conceitos, categorias, teorias, que por serem interactivas são socialmente elaboradas (simbólicas) e compartilhadas (socializadas).

O veículo entre o indivíduo e a sua representação, entre o indivíduo e o seu interlocutor, que a dualidade simples vai ter com papéis desiguais e também definidos entre homens e mulheres, que serão mais iguais se se puderem trocar ou mesmo fundir, o que acontece em determinados contexto ocidentais. O sentido do saber da identidade e da sua representação influencia questões sobre lugar, género, raça, história, nacionalidade, orientação sexual, crença religiosa e etnia.

O estudo das Representações são o seu conteúdo e o seu processo de elaboração. Segundo FERREIRA: 1995, cit. por SPINK: 1993:302, representação é «o conteúdo concreto apreendido pelos sentidos, pela imaginação, pela memória ou pelo pensamento; é em síntese a representação daquilo que se pensa». As representações são interpretações da realidade, ou seja, a relação com o real nunca é directa, é sempre mediada por categorias histórica e subjectivamente constituídas.

Enquanto abordagem Psicossocial destacamos o esforço de superar a dicotomia entre indivíduo e sociedade, e entre psicologismo e sociologismo e que encontramos também no estudo da Dimensão de Género entre homem/mulher, masculino/feminino. «A Psicologia Social procura superar esta dicotomia visualizando o indivíduo e as suas produções mentais, como produto da sua socialização» (SINK: 1993: 304).

O seu conteúdo, para além de interpretação da realidade, pode ser a análise do imaginário social noutras formas da comunicação, para além da oral ou escrita. O imaginário social definido como «a teia de significados tecido pelo homem ao longo da história da espécie» (GEERZ: 1978: 305, cit. por SPINK). Sendo assim é o conjunto das produções culturais, que circulam numa determinada sociedade sob variadas formas: iconografia, literatura, canções, provérbios, mitos.

A nível intra e inter-individual (CABECINHAS:2004:129), a origem da análise de conteúdo nas formas de comunicação oral e escrita, não deve excluir outros meios de comunicação. Isto é, parte-se «do pressuposto que por trás do discurso aparente esconde-se um outro sentido que convém descobrir.» (GODOY:1995, cit. por SILVA et al: 2005:74). Devido aos elevados processos de informação e representação é possível cruzar os indicadores, descobrindo factos ou intenções não claramente declarados (SILVA: 2005: 77). Segundo a autora procurou demonstrar, por meio da reprodução fiel das falas dos produtores [pode-se detectar] a maneira como o produtor compreende o processo decisório. Ainda segundo a autora é sua preocupação atentar para rupturas, contradições ou momentos em que o discurso do entrevistado perde sentido, interpretar as metáforas identificadas como uma fonte múltipla de significados, examinar a saliência e as pausas, ou o que ficou subentendido (SILVA: 2005: 78). Utilizando a técnica de análise de discurso, cabe ao investigador social tentar compreender e revelar as ‘entrelinhas’, nas falas dos actores, uma vez que estes exteriorizam as suas construções acerca de dada realidade (SILVA: 2005: 80).

Enquanto factor estruturante da realidade social, as representações sociais remetem-nos ao estudo não mais como conteúdo, mas como processo para a criação e a manutenção de uma determinada ordem social. Dois principais processos envolvidos na elaboração das representações e postulados por MOSCOVICI: 1961, são a Ancoragem e Objectivação (CABECINHAS: 2004: 128 e SPINK: 1993: 306).

ANCORAGEM:

-precede a objectivação uma vez que parte das experiências e esquemas já estabelecidos;

-a ancoragem dá valor à interpretação pelo que tem afinidades com o conceito de categoriação;

-é a um tempo um processo de redução do novo ao velho e reelaboração do velho tornando-o novo;

-ancoramos o desconhecido em representações já existentes (CABECINHAS: 2004: 128);

-a ancoragem é feita na realidade social vivida, não sendo portanto concebida como processo cognitivo intra-individual (SPINK: 1993: 306)

-ancorando no modelo de intersubjectividade e de integração social (XAVIER: 2003: 20)

OBJECTIVAÇÃO:

-fundamenta-se em inúmeras dualidades, pelo que é o retorno simbólico e a inscrição no significante de novos significados (XAVIER: 2003: 28);

-identificamos de uma pertença social a reciprocidade da percepção mútua de si e do outro [é intra-individual] nas relações sociais;

-o espírito é afectado pelos objectos (sensibilização e percepção) que no dizer de KANT: 2008: 89, «sem sensibilidade nenhum objecto nos seria dado, sem o entendimento nenhum seria pensado»;

-é essencialmente uma operação formadora de imagens, através do qual (sensibilização e percepção), noções abstractas são transformadas em algo concreto;

-é no seu conteúdo interno que assume o carácter de uma realidade externa (SPINK: 1993: 306);

-o abstracto torna-se concreto através da sua expressão em imagens e metáforas (CABECINHAS: 2004: 128);

-processo de selecção e descontextualização.

-é formado por imagens e símbolos. Este ‘pensamento natural’ espontâneo é determinado por factores contextuais e sociais (XAVIER: 2003: 23).