ISBN Nº: 978-65-89908-84-5

UMA FAMÍLIA PARA UMA CRIANÇA OU UMA CRIANÇA PARA UMA FAMÍLIA? PROBLEMATIZAÇÕES ACERCA DO USO DE CAMPANHAS AUDIOVISUAIS PARA INCENTIVO À ADOÇÃO

XXII ENCONTRO REGIONAL DA ABRAPSO MINAS GERAIS: Produzindo vozes em tempos de necropolítica, 0ª edição, de 04/09/2021 a 07/09/2021
ISBN dos Anais: 978-65-89908-84-5

VEIGA; Camile Rocha da [1], SOARES; Laura Cristina Eiras Coelho [2]

RESUMO

Modalidade: Grupo de Trabalho **Eixo temático:** Psicologia Social Crítica, Mídias e Tecnologia **Resumo:** Dentre os direitos fundamentais assegurados no Art. 4 do Estatuto da Criança e do Adolescente, entende-se como ponto fundamental o direito à convivência familiar e comunitária. Nesse sentido, o tema do presente trabalho volta-se para a tentativa no Brasil de se estabelecer uma nova cultura de adoção em torno do incentivo às adoções necessárias, que é constituída pela adoção de crianças maiores de dois anos, adolescentes, grupos de irmãos, crianças com deficiência e doenças crônicas e adoções inter-raciais. Com o intuito de estimular essas adoções, o Sistema de Justiça tem se debruçado na formulação de campanhas institucionais de busca ativa, com o uso de materiais audiovisuais. Por busca ativa entende-se a conscientização, sensibilização e desmistificação da adoção de grupos preteridos, respeitando a equidade de gênero e a diversidade familiar. Esse trabalho é fruto do mestrado da primeira autora, bolsista CAPES do Programa de Pós-graduação em Psicologia na Universidade Federal de Minas Gerais, e apresenta os resultados de pesquisa cujo objetivo foi compreender quais sentidos e significados de adoção são produzidos por esses mecanismos publicitários de incentivo à prática. Como percurso metodológico optou-se por campanhas criadas com a participação de dispositivos jurídicos, sendo estes os Tribunais de Justiça (TJ), os Ministérios Públicos (MP) e a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). As metodologias utilizadas foram a pesquisa documental, para levantamento e seleção das campanhas em vigência, e a Análise de Conteúdo Temática para o estudo das campanhas selecionadas. Para busca das campanhas, foram utilizadas as palavras-chave “adoção” e “campanha” inseridas nas ferramentas de busca dos sites oficiais estaduais dos TJs, dos MPs e da OABs, totalizando 87 páginas *online*. Foram encontradas oito campanhas a partir de critérios estabelecidos para inclusão e para exclusão, dentre as quais cinco foram selecionadas para análise. Cada campanha teve dois vídeos selecionados para transcrição do conteúdo falado e sua análise. Como resultado, compreendeu-se que essas constituem um impasse jurídico, pois o direito à proteção da imagem, dignidade e privacidade das crianças e adolescentes é preterido em nome da tentativa de inserção em família substituta. Destaca-se que, por vezes, pode-se levar à objetificação das crianças e adolescentes, ao expô-los de forma majoritariamente positiva em busca de ser coerente com o desejo do adotantes. Quanto ao formato das campanhas em questão, este possui aproximação com a lógica

[1] Universidade Federal de Minas Gerais, camilerveiga@gmail.com
[2] Universidade Federal de Minas Gerais, laurasoarespsi@yahoo.com.br

mercadológica, busca estimular sentimentos de compaixão e afastar as crianças e adolescentes de estigmas relacionados à família de origem. Contudo, considera-se que alguns modelos de campanha podem contribuir com a consolidação social de outras formas de ser família e de exercer a parentalidade que não a branca heterossexual de primeira união. Diante do exposto, considera-se que a Psicologia, no trabalho em interface com o Direito, pode auxiliar na busca por metodologias alternativas de apresentação do conteúdo das campanhas. Compreende-se que é possível buscar caminhos para incentivar a adoção que possam, ao mesmo tempo, preservar a imagem das crianças e dos adolescentes envolvidos.

PALAVRAS-CHAVE: Adoção, Psicologia Social Jurídica, Meios de Comunicação Audiovisual

[1] Universidade Federal de Minas Gerais, camilerveiga@gmail.com
[2] Universidade Federal de Minas Gerais, laurasoarespsi@yahoo.com.br